

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

## **Eesti spordiajakirjanike kogemused tagasi- ja edasisidega**

Bakalaureusetöö

Töö autor: Ott Pluum

Juhendaja: Signe Ivask (PhD)

Tartu 2019

# Sisukord

SISSEJUHATUS.....	4
1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD .....	6
1.1. Tänapäeva spordiajakirjandus ja spordiajakirjaniku töö .....	6
1.2. Spordiajakirjanduse eesmärk .....	8
1.3. Tagasi- ja edasiside mõjud ja tunnused .....	10
1.3.1. Ajakirjanike võimalused saada tagasi- ja edasisidet .....	11
1.3.2. Tagasi- ja edasiside praktikad ajakirjanike töös .....	13
1.3.3. Tagasi- ja edasiside olulisus D. A. Kolbi mudeli näitel .....	14
2. UURIMISKÜSIMUSED .....	17
3. MEETOD JA VALIM .....	19
3.1. Meetodi kirjeldus .....	19
3.2. Valim .....	20
3.3. Meetodi kriitika .....	21
4. TULEMUSED .....	22
4.1. Tagasi- ja edasiside mõistmine .....	22
4.2. Motivatsioon saada tagasi- ja edasisidet .....	23
4.3. Kliid .....	25
4.4. Tagasi- ja edasiside mõju töö kindlusele ja arengule .....	26
4.5. D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudeli toimimine .....	28
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON .....	33
5.1. Järeldused .....	33
5.2. Diskussioon .....	37
6. KOKKUVÕTE .....	40
SUMMARY .....	42
Kasutatud kirjandus .....	44

LISAD .....	48
Lisa 1. Intervjuu kava.....	48
Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks .....	50

## SISSEJUHATUS

Uurin oma bakalaureusetöös Eesti spordiajakirjanike kogemusi edasi- ning tagasisidega, muuhulgas seda, kuivõrd nad nendega üldse kokku puutuvad. Sellest tulenevalt otsin vastuseid küsimustele, kas edasi- ja tagasiside mõjutavad spordiajakirjanike arvates ka nende töökoha kindlust, kellelt ja mil viisil nad enim edasi- ja tagasisidet saavad ning mis nad ise selle jaoks teevad, et saada edasi- või tagasisidet. Lisaks analüüsin spordiajakirjanike vastuseid ka D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudeliga, et mõista, kas nad õpivad oma kogemustest ja tagasi- ning edasisidest.

Varem on spordiajakirjanike töökultuuri ja -korraldust uurinud näiteks Virgo Siil (2017) bakalaureusetöös pealkirjaga „Spordiajakirjanike läbipõlemist soosivad või ennetavad ja tõrjuvad tegurid pikemal pingeperioodil“. Siil (2017) toob välja, et sporditoimetustes jagatav tagasiside on enamasti negatiivne ning mõningal juhul võib see ajakirjanikku haavata ja soodustada tema läbipõlemist (Siil, 2017: 40). Samuti on spordiajakirjanikke lähemalt uurinud ka Laura Kalam (2015) bakalaureusetöös „Spordiajakirjaniku töö Eesti Päevalehe, Postimehe ja Õhtulehe sporditoimetuste näitel“. Mõlemad autorid toovad välja murekohti Eesti spordiajakirjanike töös ning minu uuring aitaks problemaatiliste teemade kaardistusele ja nendele tähelepanu tõmbamisele kaasa.

Tagasiside ning edasiside uurimise tähtsusele toimetusesiseselt on viidanud ka Signe Ivask (2018) oma doktoritöös „The role of routines, demands and resources in work stress among Estonian journalists“. See on maailmas vähe uuritud teema, kuid võib tugevalt mõjutada toimetuse töökultuuri ja -kvaliteeti.

Samuti on mul isiklik huvi Eesti spordiajakirjanduse vastu, kuna jälgin iga päev spordiuudiseid ning hoian end kursis pikemate teemakäsitlustega, sest olen nii noortetreener kui tegelen ka ise spordiga.

Edasi- ja tagasiside oleks uus vaatenurk Eesti sporditoimetuse töö uurimiseks. Eesti spordiajakirjandusmaastik on minu arvates väga väike ja spordiajakirjanikud ei ole sellel erialal tihti püsivad, mis tähendab, et vahetatakse toimetusi või lahkutakse spordiajakirjandusest. Seetõttu sooviksin teada, kas edasi- ja tagasiside olemasolu või nende

puudumine võib olla üks põhjustest, miks spordiajakirjanikud erialalt lahkuvad või toimetusi vahetavad ja kas need mõjutavad nende töökultuuri ja -kvaliteeti.

Spordiajakirjandus on üks ajakirjanduse suundi, kuid see nõuab ajakirjanikult pidevat valmisolekut ning isiklikku huvi ja teadmisi, et oma alal edukas olla. Kuna selle töökorraldus ning -aeg on muutuvad ja tihti ollakse silmitsi ületundide või töötamisega nädalavahetusel, siis on see töö pingeline. Kui puudub ka adekvaatne tagasiside nii toimetusesiseselt või -väliselt, võib spordiajakirjanik läbi põleda, kuna teeb palju tööd, kuid samas ei tea, kas tema tööd hinnatakse ning mil viisil ta peaks jätkama.

Antud teema võib avaldada teoreetilised kitsaskohad Eesti ajakirjanduses ja toimetuste töös, nagu vähene kommunikatsioon toimetusesiseselt või töökindluse vähenemine puuduliku edasi- ning tagasiside tõttu, millega tegelemine võiks tuua positiivsed muutused ajakirjandusmaastikul. Edaspidi saaks võrrelda spordiajakirjanike ja teiste ajakirjandusvaldkonna töötajate kogemusi ning näha, kas seal on erinevused ning kuidas nad tajuvad tagasi- ja edasisidet ja sellega seonduvat mõju nende tööle.

Arvan, et minu uuring on oluline, sest see võib tõstatada olulise probleemi ajakirjandustöös ning tekitada arutelu ka mujal maailmas võrdluse leidmiseks.

Kasutan bakalaureusetöös teoreetilisi lähtekohti enda seminaritööst, mille kirjutasin samuti teemal „Eesti spordiajakirjanike kogemused tagasi- ja edasisidega“. Seminaritööna valmis bakalaureusetöö aluseks olev teoreetiline raamistus, valimi ning meetodi peatükid.

# 1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

## 1.1. Tänapäeva spordiajakirjandus ja spordiajakirjaniku töö

Spordiajakirjanduse üheks tõsiseks küsimuseks on olnud see, kas tegu on meelelahutuse ja skandaalidega või poliitika ja majandusega. Spordiajakirjanduse puhul on tegemist ajakirjandusvormiga, kus spordiajakirjanik töötab sündmuste ja tähtaegade rütmis ning peab järjest rohkem kasutama erinevaid meediume, et jõuda oma auditooriumini, mis võib viia läbipõlemiseni. Siiski on spordiajakirjanduses peale jäänud just meelelahutuse ja skandaalide kategooria alla liigitumine (Boyle, 2006: 11). Teine tähtis küsimus on see, kas spordiajakirjanduse puhul räägime üldse ajakirjandusest või on tegu täiesti eraldiseisva vormiga (Boyle, 2006: 12, Rowe, 2016). See sõltub paljuski riigi traditsioonidest ja kultuurist, kas spordiajakirjandust võetakse kui tõsise ajakirjanduse osa või mitte (Boyle, 2006: 25).

Üheks kaalukaks osaks on see, kui spordiajakirjandusel ja spordil on oluline rollidest ühiskonna kujundamisel ja see annab kultuurile lisaväärtust (Boyle, 2006: 25). Eesti spordiajakirjandus on tihti ühiskonnale oluliste teemade keskmes, kuna väikeriigina liidavad suured võidud nii olümpiamängudel kui ka muudel tiitlivõistlustel meid ühtsemaks ja tekitab erinevatel tasemetel arutelusid, mistõttu Eesti puhul saab rääkida spordiajakirjandusest kui tõsise ajakirjanduse osast.

Meediamaaastiku järjepidev laienemine on mõjutanud spordiajakirjanduse kajastust mitmetel erinevatel platvormidel. Interneti levik ja teleülekannete arvu suurenemine on kaasa toonud eraldi spordikanalite ning -portaalide loomise, et jõuda paremini lugeja või vaatajani (Andrews 2005: 6). Seda on märgata ka Eesti meediamaaastikul, kus on tekkinud juurde mitmeid spordiportaale- ja kanaleid, näiteks korvpall.ee, Delfi TV spordiülekanded ja vorkpall24.ee. Lisaks arvatakse, et digitaalne ajakirjandus ja *online*-meedia ongi spordiajakirjanduse tulevik, kuna uus generatsioon saab kõik ülekanded ja rahvusvahelised spordiuudised kätte just internetist, mistõttu uuringu kohaselt käib 60% spordihuvilistest viimaseid spordiuudised otsimas veebist, kuna informatsiooni levik, jagamine ja arvamuse avaldamine toimub seal palju kiiremini (Creedon, 2014).

Spordiajakirjaniku töö on praktilises mõtteski muutunud mitmekesiseks, sealjuures kasutatakse näiteks sotsiaalmeediat oma töös palju, näiteks selle juures, kuidas tehakse

reporteritööd või avaldatakse oma lugusid (Kassing ja Sanderson, 2011). Varasemad uuringud räägivad ennekõike Twitteri kasutamisest oma töös, mis aitab ajakirjanikel uudiseid esimesena inimesteni tuua, oma uudiseid reklaamida, uudiseid jälgida, neid täpsustada ja auditooriumiga teemasid arutada (Sherwood ja Nicholson, 2013; Schultz ja Sheffer, 2010; Nölleke, Grimmer ja Horky, 2017; English, 2016). Seda, kuivõrd ajakirjanikud on auditooriumiga suhtluses ja kas nende omavaheline suhtlus sisaldab ka tagasisidet, püüan oma töös ka uurida. Eestis pole Twitter niivõrd kasutuses, kui seda on Facebook, ent sellegipoolest saab Twitterit puudutavaid artikleid ja uuringuid siinjuhuks kasutada, sest Facebook pakub enamasti samu võimalusi.

Ka spordiajakirjaniku töö on muutunud mitmekesisemaks veebi võimaluste tõttu, näiteks konvergeerunud toimetuses peab ajakirjanik olema võimeline vastavalt meediumile lugusid tegema, sealjuures arvestades meediumi eripäradega, nt tähtaegadega (Ketterer ja McGuire, 2014). Et saada heaks spordiajakirjanikuks, peab tundma oma auditooriumi ning meedume, kus oma tööd tehakse, kuna trükimeedias oma tööde avaldamine on spordiajakirjanduses hoopis teine maailm kui raadio- või teleülekannete tegemine (Andrews, 2005: 3). Kuigi toimetusesisene töö on sarnane nii televisioonis kui trükimeedias, siis suur vahe on selles, et enamasti kajastatakse televisioonis ja raadios spordist otseülekandeid, mis tähendab teistsugustele oskustele rõhumist võrreldes trükimeediasse kirjutamisega (Andrews, 2005: 7).

Spordiajakirjanik töötab enamasti eraldi sporditoimetuses, kus on peatoimetaja ning erinevad reporterid (Andrews, 2005: 6). Võrreldes teiste ajakirjanikega on spordiajakirjanikul võimalus töötada palju väljaspool kontorit, mis on tänapäeval ajakirjandusliku töö puhul vastupidine trend (Boyle, 2006: 12). Nad saavad külastada spordivõistlusi, käia pressikonverentsidel, teha intervjuusid ning isegi teleülekannete kajastamine ja kommenteerimine annab neile võimaluse vahelduseks kontoritööle (Boyle, 2006: 12).

Suurte massideni jõudmine ning oma nime nägemine suurtes lehtedes võib kõrvaltvaatajale tunduda tore, kuid tegelikkus on hoopis teine. Spordiajakirjanik töötab kindlate tähtaegade rütmis, kus töö käib tihti ka vabast ajast ja õhtutel ning öötundidel (Andrews, 2005: 1). Seda kinnitab Eesti näitel ka Laura Kalami (2015: 25) uuring Eesti spordiajakirjanike seas, kes kinnitasid, et nad ei ole oma aja peremehed ning nad ei tea kunagi ette, millal võib minna kauem ning on vaja kajastuse jaoks rohkem lisajõude. Sellele kõigele lisaks võtab palju vaba aega ka õppimine ja eeltöö, et olla teadlik kõigest ja kõigist, mis kajastataval spordialal toimub, kuna ajakirjanik peab olema asjatundlikum ja teadlikum kui selle ala suurimad fännid (Andrews, 2005: 1). Sellise töö plussina näevad spordiajakirjanikud ise aga võimalust

ühendada hobi ja töö, kuid sellise töö jaoks peab olema kirg, et seda oleks nauditav teha (Kalam, 2015: 30).

Ka spordiajakirjanik võib spetsialiseeruda ühele rahvusvaheliselt suuremale alale, nagu jalgpall, korvpall, ralli või kergejõustik, kuna spordiala populaarsuse tõttu on informatsiooni ja sündmusi nii palju, et kõigega kursis olla, ei ole võimalik tegeleda teiste spordialade kajastamisega (Andrews, 2005: 2). Seda saavad teha aga vähesed ning Eesti puhul on see sisuliselt võimatu juba eelnevalt mainitud probleemi tõttu, et meil pole piisavalt ressursse ega spordiajakirjanikke, et toimetused saaksid selliseid valikuid teha. Samuti on Boyle (2006: 18) sõnul vahe spordiajakirjanikul kui ka spordikommentaatoril, kuid Eesti näiteks ei saa seda tõeks pidada, kuna spordiajakirjandusmaastik on selleks liiga väike ning tihti on spordiajakirjanik samuti ka spordireporter või -kommentaator.

Spordiajakirjanik peab valmis olema ka kriitikaks. Tänapäeva sotsiaalmeediaajastul on kõigil võimalus ajakirjaniku kohta arvamust avaldada, olgu selle põhjuseks siis spordiajakirjaniku mõne klubi pooldamine, laiskus või asjatundmatus (Toney, 2013: 1).

Spordiajakirjandust ning spordiajakirjaniku tööd ei saa võrrelda üks-ühele teiste ajakirjanduse vormidega. Spordiajakirjanik sõltub palju tähtaegadest ja sündmustest, mis tähendab seda, et tal on vähe kontrolli oma tööaja üle ning ta viibib palju väljaspool toimetust. Tänapäeva spordiajakirjandus on muutunud ka rohkem veebipõhiseks ning järjest enam informatsiooni jagatakse auditooriumiga internetis ja sotsiaalmeedias – olgu selleks siis otseülekanded, uudised või intervjuud. Seetõttu ongi oluline uurida ka tagasi- ning edasisidet, kuna ajakirjanduslikku sisu toodetakse auditooriumile rohkem kui eales varem, kuid spordiajakirjanikud on varieeruva tööajaga ning palju liikuvad, mistõttu ei pruugi nad saada tagasi- ja edasisidet oma tööle piisavalt.

## **1.2. Spordiajakirjanduse eesmärk**

Spordiajakirjandus on uute meediumite ja tehnoloogiliste võimalustega muutumas üha kiiremaks. Spordiajakirjandus on aga pöördunud samuti statistika poole ning siinkohal tekib küsimus, kas spordiajakirjanduse eesmärk on püüda lugejaid ja vaatajaid või on esmatähtis siiski informatsiooni edastus. Garrahy J. Smithi (1976) sõnul peab spordiajakirjanik täitma sama rolli, mis teised ajakirjanikud massimeedias. Selleks on informeerimine,



kommenteerimine, harimine ning meelelahutamine. Lisaks on Rowe (2017) ning Smithi (1976) sõnul suur vastutus spordiajakirjanikul kirjutada lugusid, mis tooksid palju lugejaid, kuna spordiajakirjandus on see valdkond, kus liigub enim reklaamrahasid ja mille abil ajalehed majanduslikult toime tulevad.

Weedon (2018) toob oma suuremahulises uuringus välja mitmed faktorid, mida spordiajakirjanikud peavad hea spordiajakirjanduse juures oluliseks: rohkem kontekstist lähtuv ajakirjandus; neutraalne, kriitiline ja tasakaalustatud kajastamine; erinevate spordialade ja sportlaste kajastamine; sotsiaalsetele ja õpetlikele külgedele keskendumine spordi kajastamisel; ajakirjaniku enda peegeldamisvõime; ühiskondlikult võrdsem toimetust (Weedon, 2018: 651). Näiteks Ameerika Ühendriikides on sporditoimetuste toimetajad, reporterid, kujundajad ja kolumnistid üle 85% juhtudest meessoost isikud (Weedon 2018: 653). Samas ei ole spordiajakirjanduse head tava ja õpetamist eraldi käsitletud ning praktikaid on erinevaid, mistõttu on hea ja halva spordiajakirjanduse vahel raske piiri tõmmata.

Boyle (2006) on öelnud, et spordiajakirjanduse piirid on pigem suuresti laienenud ning spordiajakirjandus on seotud nii tabloidse sisuga uudiste kui ka äriuudistega. Siiski lisab Rowe (2007), et sotsiaalsed teemad ning äri ja raha on spordiajakirjanduses esindatud vähesel määral ning on sisuks alla 10% ilmuvatest artiklitest. Samas on Boyle'i näite kinnituseks Suurbritannia trüki- ja ülekandemeedia andnud spordile rohkem pinda ja ruumi, kuna spordis toimub iga päev midagi, mis väärrib kajastust ja kütab kirgi, ning see meelitab oma põnevusega ka lugejaid. Seda ei saa öelda kõvade uudiste kohta, mida ei pruugi iga päev ilmuda, kuid uudisväärsete spordisündmuste toimumine on juba pikemalt ette teada (Andrews, 2005: 2/7). Niisiis saadavad spordiajakirjandust paljud küsimused sellel teemal, missuguse valdkonna alla ta kuulub, mis on ta eesmärk, kuidas selle eesmärk on ajas muutunud ja nii edasi. Loomulikult mõjutavad need teemad omakorda spordiajakirjanike praktikaid, see tähendab, kui spordiajakirjanik peab tegema meelelahutusliku uudise, siis on tema teemavalik juba teatud raamistusega; kui peab tegema kõva uudise, on sel jällegi oma praktikad. Lisaks on spordiajakirjanduses tekkinud äriiline funktsioon, kuna suurema auditooriumi ning klikkidega tõusevad ka reklaamrahad, millega sporditoimetust toetada. See võib viia aga spordiajakirjaniku vastuollu ajakirjanduslike põhimõtetega, et olla sõltumatu ning tuua lugeja või vaatajani oluline ning hariv informatsioon. Selle asemel on tekkimas võitlus klikkide pärast, mis muudab spordiajakirjanduse eesmärki.

### 1.3. Tagasi- ja edasiside mõjud ja tunnused

Tagasiside on üks suurimaid tegureid, mis mõjutab õppimisvõimet ja arengut (Hattie ja Timperley, 2007: 81). Lühidalt on tagasiside informatsioon ajakirjaniku tegutsemisele, tööle või olekule välise mõjutaja poolt ning enamasti tema arusaamadest ja teadmistest lähtuv (Hattie ja Timperley, 2007: 81). See võib olla nii positiivne kui ka negatiivne (Hattie ja Timperley, 2007: 81). Sellest ei pruugi oleneda tagasiside mõju, sest positiivne või negatiivne tagasiside võivad tugevalt protsesse või eesmärgi muuta, kuid negatiivse tagasiside puhul olenevad muutused vastuvõtja arvamusest ning hoiakust, kas selline tagasiside ühtib tema arusaamadega (Hattie ja Timperley: 2007: 98). Siiski mõjutab negatiivne tagasiside rohkem isiku tasandil (Hattie ja Timperley: 2007: 98). Näiteks Schaufeli (2013) läbi viidud uuringus selgub, et positiivset tagasisidet saanud õpilaste töö kiirus ja efektiivsus tõusis, kuigi negatiivset tagasisidet kogenuna ülesande täitmise edukus vähenes. Negatiivne tagasiside on lisaks tihti pealiskaudne ning võib takistada töötaja enesearengut (Fedor 2001, Ivask 2019 kaudu).

Tagasiside peab olema informatsioon, mis on seotud tehtud töö ning töö eesmärgiga (Hattie ja Timperley 2007: 82). Lisaks peab see jagatav informatsioon aitama kaasa eesmärgini jõudmiseni, et täita tühimik tehtud töö ja selle mõistmise ning eesmärgi vahel (Hattie ja Timperley 2007: 82). Siinkohal tuleks ära märkida, et tulevikule suunatud tagasisidet võib kirjeldada ka edasisidena, mis suunab ja õpetab edaspidi paremini eesmärgini jõudmist varasemate tööde põhjal.

Tagasiside eesmärk on lõpuks suurendada töö efektiivsust, tööst arusaamist ning lõpuks aidata seada ja täita eesmärgi (Hattie ja Timperley, 2007: 86). Samuti aitab tagasiside arendada enesekriitilist võimet endale tagasisidet anda, et ise välja töötada efektiivsemaid strateegiaid eesmärgideni jõudmiseks (Hattie ja Timperley, 2007: 86). Lisaks on tagasiside töörahulolu suurendamise üks teguritest (Nikkolo, 2010: 39). Tagasiside annab töötajale märku, kuidas tema tööd ja otsuseid organisatsioonisiseselt ja -väliselt hinnatakse (Olgo, 2017: 15).

Et tagasiside oleks efektiivne, peaksid mõlemad osapooled saama aru selle põhjustest ning tagasiside saajal peab olema aega sellega kohaneda (Shute, 2008: 181). Lisaks nõuab tagasiside mõlema osapoole ajalist ressursi (Ivask, 2018: 26). Tagasi- ja edasiside vastuvõtja osapooleks ajakirjanduslikus töös on enamasti ajakirjanik ning tagasiside andjaks kas toimetust, selle juht, töökaaslased või hoopis väljastpoolt toimetust tagasisidet andev inimene.

Tagasiside peaks olema pigem kiire ning võimalusel ka protsessi käigus antav, sest sellisel juhul on võimalus, et tagasiside mõju tehtavale tööle või projektile on suurem ning kasumlikum (Hattie ja Timperley, 2007: 98). Sellisel juhul on tegemist juba edasiside andmisega, kuna edasiside on nagu varsemalt ka mainitud suunatud töö tulemuse parandamiseks.

Edasisidet ning tagasisidet eristab enim aeg. Tagasiside on suunatud tegevustele, mis on juba toimunud minevikus, kuid edasiside on suunatud õppimisele praegusel hetkel või on abiks tulevikus töö tegemisel (Goldsmith, 2003). Edasisidet võib mõista ka kui juhendamist, kus ei anta vaid juhiseid järgnevateks töödeks või parandusteks, vaid õpetatakse, kuidas jõuda ise vastusteni, et ka ennast arendada (Ivask, 2019). Edasisidet antakse enamasti vestluse käigus või koosolekul (Goldsmith, 2003). Lisaks on tagasiside ning edasiside erinevuseks see, et tagasiside annab informatsiooni tehtud tööle, kuid edasiside on justkui juhendamine, mis aitab vastuvõtjal peegeldada ja arenda vastuste saamiseks ilma õigeid vastuseid ette ütlemata (Ivask 2018: 27). Edasiside positiivne mõju muudab vastuvõtja koostööaltimaks ning võib vähendada tulevikus konfliktide teket (Barsade, 2002: 1).

Statistika kohaselt on tagasi- ning edasiside ajakirjanike töös alakasutatud ressursid (Lauk jt, 2014, viidatud Ivask, 2018: 27 kaudu). Positiivne edasiside peaks toimuma usaldusväärses keskkonnas, kus mõlemad osapooled oleks selleks valmis (Shute, 2008, viidatud Ivask, 2018: 49 kaudu).

### **1.3.1. Ajakirjanike võimalused saada tagasi- ja edasisidet**

Organisatsiooniväliseid tagasi- ja edasiside võimalusi on ajakirjanikel mitmeid. Tänapäeval on ajakirjandus liikunud suures osas interneti ning tagasiside võimaluste arv on suurenenud. Kõige suurem tagasi- ja edasiside andja organisatsiooniväliselt on auditooriumi vastukaja ja tagasiside avaldatud töödele.

Schultz (1999) viitab sellele, et varasemad alternatiivsed võimalused tagasisideks toimetuseväliselt olid lugejakirjad toimetajale, kus auditoorium sai esitada oma vastukaja ilmunud artiklitele. Lisaks kirjadele oli tagasisideks veel piiratud võimalus saada seda vestluse käigus perekonnaga või tuttavatega ning harvematel juhtudel isegi telefoni teel lugejatelt (Lee ja Tandoc, 2017: 438). Suurema auditooriumi kaasamine ja erinevate

tagasisidevormide kasutuselevõtt tooks kaasa aga usalduse kasvu väljaande vastu (Lasica 1998, Schultz 1999 kaudu).

Interneti kasutuselevõtt andis võimalus auditooriumil operatiivselt tagasisidet anda ning esitatud küsimustele koheselt vastata. Võimaluseks olid e-kirjad, *live-chat*, foorumid ning erinevad küsimustikud (Schultz, 1999).

Tänapäeval võib olla tagasi- ja edasiside ajakirjanikule nii verbaalne kui ka mitte-verbaalne. Verbaalne tagasiside hõlmab veebilehtedel avaldatud artiklite kommentaare, e-kirju ning sotsiaalmeediakajastusi, kus kommenteeritakse ja jagatakse artikleid (Singer jt. 2011). Nendeks meediumiteks võivad olla Instagram, Twitter, Reddit ning erinevad blogid. Mitte-verbaalne tagasiside on enamasti statistiline ning kuvab erinevat informatsiooni veebilehe külastaja kohta (Lee ja Tandoc, 2017: 438). Sinna kuuluvad näiteks külastamiste arv, veebilehel oldud aeg ning asukoht (Lee ja Tandoc, 2017: 438).

Ajakirjanikel on ka võimalus iseendale tagasisidet anda ning oma töid kriitiliselt vaadelda. See siiski sõltub isiku enesekontrollist ning tahtmisest ressursse sellele kulutada, et enda tööle tagasisidet pakkuda (Hattie ja Timperley 2007: 94).

Enamasti annavad ajakirjanikule toimetuses tagasisidet organisatsiooni hierarhias kõrgemal asuv töötaja – peatoimetajad, vanemtoimetajad või näiteks vanemad ametikaaslased (Olgo, 2017: 15). Samuti ei ole Eesti spordiajakirjandust uurides eriline tagasiside andmine avalikult ning teiste nähes ja kuuldes (Olgo, 2017: 15). Sellistel juhtudel on tegemist enamasti koosolekutega, kus vaadatakse tehtud töid ning mõeldakse, mida tehakse edasi. Tagasiside, mida enamasti toimetustest saadakse, on suunatud tehtud tööle ning see võib olla positiivne või negatiivne, kuid see ei ole enamasti konstruktiivne tagasiside (Hattie ja Timperley 2007: 91). Konstruktiivne tagasiside võib aga juhtida ajakirjaniku oskusteni, mis aitavad tal maksimeerida oma töö kvaliteeti (Ivask, 2019).

Üks tagasisideplatvorm on ka toimetustes jagatavad preemiad, mis tunnustavad teatud perioodi järel ajakirjaniku tööd ning pingutusi artiklite ja tulemuste eest. Siiski jääb ajakirjanikele segaseks, mille alusel preemiaid jagatakse (Niinepuu 2012: 75). See omakorda võib anda ajakirjanikule vale signaali tehtud tööle. Olenevalt sellest võib ta arvata, et tema tööd ei väärtustata ning ta on teinud midagi valesti, või vastupidiselt võib arvata, et tema töö kvaliteet oli hea ning see ongi see, mille järgi edaspidi toimida. See ei pruugi samuti õige olla, kuna tegemist oli preemiaga, mitte konstruktiivse tagasisidega.

Kuna tagasi- ja edasiside võimalused laienevad interneti leviku ja võimaluste tõttu järjest enam, siis on auditoorium üheskoos toimetusega ajakirjanikule üha tähtsam tagasi- ja edasiside allikas. Töö perspektiivist on oluline mõista erinevaid edasi- ja tagasiside võimalusi ja allikaid, et kaardistada keskne teema ning neid spordiajakirjanikele vajadusel selgitada ja näitena tuua.

### **1.3.2. Tagasi- ja edasiside praktikad ajakirjanike töös**

*Online-meedia* areng on andnud mitmeid lisavõimalusi tagasiside andmiseks: see on soodustanud auditooriumil ajakirjanduses osalemist ja selle mõjutamist (Lee ja Tandoc, 2017: 437). Higgins Joyce ja Weiss (2009) uurisid, kuidas ajakirjanikud üle maailma tajuvad digitaalmeedia mõjutusi uudiste tootmisesse ning ajakirjandusliku sisu tootmisesse. Ajakirjanikud tajusid, et auditoorium on uudiste tootmisele lähemal kui kunagi varem, kuid samas juba mõjutab samuti selle kulgu (Higgins Joyce ja Weiss, 2009: 593). Näiteks üks Hispaania ajakirjanik tõi välja, et tema väljaanne kasutab lugudes juba auditooriumi poolt digitaalselt tehtud lugusid foorumitest, kasutajatest ja hääletustest (Higgins Joyce ja Weiss, 2009: 594).

Praeguste tehnoloogiliste võimalustega on auditoorium aktiivses suhtluses ajakirjandusega (Pavlik, 2001). Ajakirjanikud on muutunud moderaatoriteks, kes toovad avalikkuse ette uut informatsiooni, mille abil auditoorium vastab ja annab neile tagasisidet ning loob avaliku debati arutlevate teemade üle (Higgins Joyce ja Weiss, 2009: 594). Auditooriumi kuulamine on tõestanud end olema tänapäeva ajakirjanduse üks tähtsamaid osi, sest see tagasiside pakub uusi allikaid, vaatenurki, kriitikat ning arvamust (Higgins Joyce ja Weiss, 2009: 595).

Kuna maailmaajakirjanduse auditoorium on vähenemas, siis pöördub üha enam ajakirjanikke statistika poole, et näha, mille järgi lugejatel nõudlust on ja mil viisil seda neile pakkuda (Tandoc, 2014: 571). Higgins Joyce ja Weiss (2009) uuringust selgub veel, et ka klikkide ning vaatamiste arvu tagasiside mõjutab väljaande suunda ja tulevikus kajastatavaid teemasid (Higgins Joyce ja Weiss, 2009: 595). Ainult klikkide vaatamine aga ei aita professionaalse ajakirjanduse arengule kaasa ning võib tekitada pettumust ja traditsioonilise ajakirjanduse hülgamist klikkide kogumise eesmärgil (Ivask, 2018: 54).

Kohene ja kiire tagasiside on muutnud ka toimetuste tööruutiini, kuna hoitakse rohkem silma peal tagasisidel, mida antakse sotsiaalmeedias ja millist tagasisidet annab statistika, et parandada selle abil enamasti kahte suurt tegurit ajakirjanduses: teemavalikut ning lugude paigutust (Lee ja Tandoc, 2017: 438).

Keith (2005) märgib, et kõige efektiivsemateks sisemisteks süsteemideks on toimetusesisesed ajakirjanikele suunatud mehhanismid, sest ülemuse või kolleegide tagasiside on otseselt seotud ajakirjanike töökoha püsimisega (Keith, 2005, Aljas 2012 kaudu). Heleri Alli (2017) uuring toob aga välja, et noored ajakirjanikud kardavad kriitilist tagasisidet vanemate kaaskolleegide ees ning taoline hirm tekitab neile stressi (All, 2017: 47).

Ivask (2018) jõuab doktoritöös järelduseni, kus Eesti toimetustes on edasi- ja tagasiside saamine puudulik (Ivask 2018: 53). See oleks aga hädavajalik selleks, et tulla toime muutustega, luua efektiivne tööruut, mõista kaastöötajate ootusi ning kuidas toime nende tööd hindab (Ivask 2018: 53). Tagasiside puudumine aga võib näiteks ajakirjanikke halvasti tundma panna, sest nad tajuvad, et nende tööd ei hinnata piisavalt (Ivask, 2018: 49). Lisaks toob Ivask (2019) välja, et tagasisidet jagatakse rohkem uutele ja noorematele ajakirjanikele ning vanemad jäävad sellest ilma.

Tagasi- ja edasiside on tänapäeval ajakirjandusliku töö juures üks olulisemaid faktoreid, kuna see aitab toota sisu, annab tagasisidet tehtud tööde edukuse kohta ning pakub võimalust ajakirjanikele tehtud töö ja eesmärkide kohta lisainformatsiooni saada. Kuigi tegemist on ajakirjandusele tähtsa teemaga, on seda vähe uuritud ning praegused uuringud Eestis on näidanud, et tagasi- ja edasiside on puudulik ja vajab põhjuste leidmiseks lähemalt uurimist.

### **1.3.3. Tagasi- ja edasiside olulisus D. A. Kolbi mudeli näitel**

Tagasi- ja edasiside on suureks faktoriks ka spordiajakirjaniku enda arenemiseks ja tööde analüüsimiseks ning mõistmiseks. Kasutan lisaks oma töös David Allen Kolbi loodud kogemusliku õppimise mudelit (1976), mille kohaselt õpitakse varasemast kogemusest ning sellest kogemusest tehtud järeldused, refleksioon ja analüüs aitavad lihtsustada ajakirjaniku töös tekkivaid raskusi ja soodustavad arengut. Kasutan Kolbi mudelit seetõttu, et vaadata, kui palju õpivad spordiajakirjanikud kogemuslikult ning kas individuaalne refleksioon tagasisidele ja tööde analüüs aitab nende arengule kaasa. Varasemalt on D. A. Kolbi mudeli

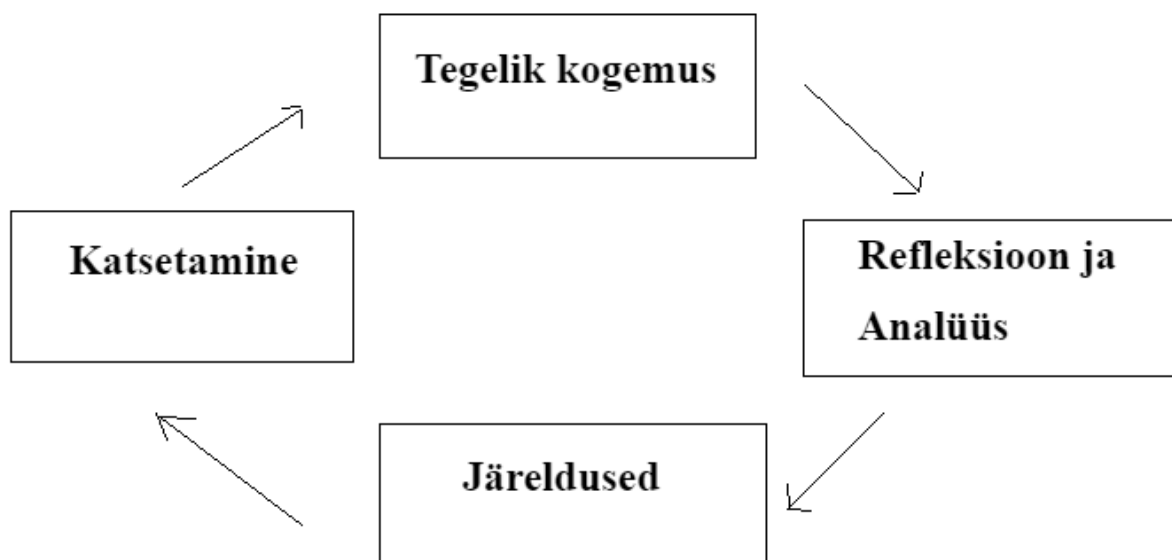
järgi uuritud ajakirjanike väljaõpet ning kuidas efektiivselt ajakirjanikke koolitada ja see on mõjutanud ajakirjandusõpet mitmetes riikides (Gynnild, 2016: 323).

Kolb (2014) ise on öelnud, et õppimine on elukutse meile kõigile kohanemiseks muutustega, kuna tänapäeval on muutusi üha enam ja enam (Kolb, 2014: 2). Kogemuslikust õppimisest on saanud põhiline meetod enese arendamiseks isegi ülikoolides (*ibid.*).

D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudeli ring koosneb neljast erinevast osast (Gynnild, 2016: 323):

- 1) kogemus,
- 2) kogemuse peegeldamine ja analüüsimine,
- 3) kogemuse mõtestamine ja järeldus,
- 4) uue teadmise katsetamine.

Samuti on võimalik siseneda mudeli ringi igas neljas punktis, kuid edaspidi peab järgima näidatud suunda (Healey ja Jenkins, 2007: 186). Mudel ise annab protsessi käigus tagasisidet, mis on aluseks, et seda uuesti läbida (*ibid.*). Lisaks on mudel teoreetiliselt jaotatud kaheks: üks osa näitab, kuidas informatsiooni saadakse, ning teine, kuidas seda töödeldakse ja analüüsitakse (Smith ja Kolb 1986 Healey ja Jenkins, 2007: 197 kaudu).



Joonis 1. D.A. Kolbi kogemusliku õppimise mudel.

Kasutan D. A. Kolbi mudelit kõikide intervjuude analüüsiks, et mõista, kas spordiajakirjanikud enda arvates ise analüüsivad oma tehtud tööd ning seeläbi arenevad või õpivad midagi uut. Lisaks uurin, millised Kolbi mudeli osad toimivad Eesti spordiajakirjanike töös ning millised mitte.



## 2. UURIMISKÜSIMUSED

Minu eesmärk on välja selgitada Eesti spordiajakirjanike kogemused edasi- ja tagasisidega ning uurida edasi- ja tagasiside saamise viise toimetusesiseselt, kuid ka toimetusest väljastpoolt. Lisaks soovin teada saada, kas ja milline on tagasi- ja edasiside mõju olnud nende töö kindlusele. Sellest tulenevalt olen püstitanud bakalaureusetöoks järgnevad uurimisküsimused:

1. Kuidas Eesti spordiajakirjanikud määratlevad tagasi- ja edasisidet?

- Kuidas spordiajakirjanikud saadud tagasi- ja edasisidet kirjeldavad?

Uurimisküsimuse eesmärk on mõista, mis on Eesti spordiajakirjanike arvates tagasi- ja edasiside ning kuidas nad seda kirjeldavad.

2. Millisena tajuvad Eesti spordiajakirjanikud toimetuses edasi- ja tagasisidet?

- Kellelt nad seda saavad?
- Kuidas mõjutab edasi- ja/või tagasiside puudumine või olemasolu ajakirjanikku?

Soovin uurimisküsimusega spordiajakirjanikelt teada saada, kas toimetuses üldse jagatakse edasi- ja tagasisidet ning mis mahus ja viisil nad seda saavad. Lisaks kuidas nende olemasolu või puudumine neid mõjutab.

3. Millised on toimetusesisesed võimalused saada edasi- ja tagasisidet?

- Kellelt ja millisel kujul ajakirjanikud enda arvates edasi- ja tagasisidet saavad?

Uurimisküsimuse abil saaksin teada, milliseid toimetusesisesi tagasi- ja edasiside võimalusi ja vorme spordiajakirjanikud teavad, kas nad neid ka kasutavad ning milline on nende endi kogemused eri vormidega.

4. Millisena tajuvad Eesti spordiajakirjanikud edasi- ja tagasisidet toimetusest väljastpoolt?

- Kuidas ja kellelt nad neid saavad?

Uurimisküsimuse abil saaksin spordiajakirjanikelt teada toimetuseväliseid võimalusi tagasi- ja edasiside saamiseks ning kas ja kuidas nad sealt tagasi- ja edasisidet saavad, kui üldse saavad.

### 3. MEETOD JA VALIM

#### 3.1.Meetodi kirjeldus

Andmete kogumiseks koostasın oma eelnevalt seatud uurimisküsimuste põhjal semistruktureeritud intervjuu kava ning viisin läbi kaheksa individuaalset semistruktureeritud intervjuud kaheksa erineva Eesti spordiajakirjanikuga. Semistruktureeritud intervjuu koosneb mitmest põhiküsimusest, mis aitavad defineerida seda ala, mida uuritakse, kuid jätab võimaluse intervjuerijal minna lisaküsimustega rohkem teemaga süvitsi (Chadwick jt, 2008: 291). Semistruktureeritud intervjuu on parim viis kirjeldama intervjueritava kogemusi ja tundeid arutletaval teemal (Chadwick jt, 2008: 292).

Pärast intervjuusid transkribeerisin need ning kasutasin induktiivset kontentanalüüsi, et leida intervjuudest vastused minu uurimisküsimustele ning teha väiksemaid üldistusi Eesti spordiajakirjanike kogemustest, mis on seotud tagasi- ning edasisidega ja selle mõjust nende töö kindlusele. Kui spordiajakirjanike arvates on tagasi- ning edasiside puudulik või olematu, uuriksin analüüsi käigus ka selle probleemi tekkepõhjuseid. Lisaks uurin, kas D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudel toimib Eesti spordiajakirjanike seas ning kui jah, siis kuidas.

Kvalitatiivne sisuanalüüs on täpne ning tundlik, mille juures on võimalik tähelepanu pöörata unikaalsetele nähtustele tekstis (Kalmus, Linno ja Masso, 2015). Samas on kvalitatiivse sisuanalüüsi nõrgaks küljeks valimite vähesus ning seetõttu ei saa teha suuri üldistusi antud teemal (Laherand, 2008).

Induktiivset lähenemist nimetatakse ka tavapäraseks sisuanalüüsiks ning seda kasutatakse juhul, kui huvipakkuva nähtuse kohta ei ole piisavalt teooriaid või uurimisandmeid (Laherand, 2008). See toimub läbi teksti sisse elamise ja tunnetamise (Laherand, 2008). Induktiivse lähenemise eeliseks on informatsiooni saamine otse uuritavatelt, ilma et juhindutaks eelnevalt määratletud kategooriatest või teoreetilistest lähtekohtadest (Laherand, 2008). Probleemiks võib kujuneda aga see, et uurija ei mõista konteksti täielikult (Laherand, 2008).

Transkriptsioonid ei ole ära toodud avalikes lisades, kuna sihtgrupiks on väikesearvuline rühm ja nende anonüümsuse tagamine ei pruugi olla enam võimalik. Selle asemel võib töö sisaldada uuringu tulemusi hõlmavates peatükkides intervjueritavate tsitaate või intervjuu

andmeid erinevates kategooriates (Lepik jt, 2014). Intervjueeritavate tsitaadid märgin tulemustes ära tunnustega I\_1, I\_2, I\_3, I\_4, ..., mis viitavad intervjuu numbrile.

### 3.2. Valim

Minu töö valimi moodustavad kaheksa Eesti spordiajakirjanikku erinevatest toimetustest ja organisatsioonidest. Valimi moodustamise aluseks oli see, et spordiajakirjanikud ei töötaks kõik samas toimetuses. Lisaks ei keskendu ma ühele kindlale meediumile, et oleks võimalikult lai analüüsitud toimetuste hulk, mõistmaks paremini erinevate toimetuste ja meediumite spordiosakonna töökorraldust ning kogemusi.

Selleks, et saada inimestelt kätte üsna isiklikku informatsiooni, otsustasin, et oma töös annan ma ülevaate uuringus osalejatest demograafiliste indikaatorite abil. Ühtlasi ma ei vii vanuseid, sugu ja toimetusi kokku, sest vastasel juhul oleksid nad tuvastatavad. Otsus kasutada indikaatorite abi, mitte ajakirjanike nimesid ning toimetusi tuleb sellest, et neil oleks võimalus olla kriitilisem ja ausam ning nad ei peaks kartma pärast intervjuud oma töö kindluse ja kriitika pärast. See annab minu tööle lisaväärtuse, sest anonüümsed intervjuud võivad anda reaalsema ja kriitilisema ülevaate edasi- ja tagasiside saamisest ja selle mõjust. Anonüümsuse puhul võib aga juhtuda, et spordiajakirjanik liialdab oma vastustega ning tekitab dramaatilisema olukorra sporditoimetustest, kui tegelikult on, kuna tal on rohkem vabadust end väljendada.

Kaheksa intervjueeritud spordiajakirjanikku töötavad viies erinevas Eesti sporditoimetuses. Ükski neist ei ole sporditoimetuses juhtival positsioonil. Kokku on intervjueeritud spordiajakirjanike seas seitse meest ning üks naine. Kõikide spordiajakirjanike tööstaaž sporditoimetustes on olnud vähemalt kolm aastat. kaheksa ajakirjaniku keskmine vanus oli intervjuude ajal 31 aastat. Kõige lühem intervjuu kestis 18 minutit ning pikim 53 minutit. Suur vahe intervjuude pikkustes oli minu arvates tingitud sellest, et kogenenumatel spordiajakirjanikel oli tuua pikemaid ja põhjalikemaid näiteid. Nooremad spordiajakirjanikud olid oma vastustes konkreetsemad ning lähtusid vaid enda ehk noore spordiajakirjaniku kogemustest. Samas panid pikema tööstaažiga spordiajakirjanikud end ka teistesse rollidesse, nagu näiteks alustav spordiajakirjanik, praegune spordiajakirjanik ning julgesid rohkem sõna võtta Eesti spordiajakirjanduse seisust üleüldiselt, mistõttu olid need intervjuud pikemad. Keskmiselt oli intervjuu pikkus 32 minutit.

Valimiga võtsin ühendust meili teel ning leppisin kokku sobiva aja intervjuueerimiseks. Seitse intervjuud toimusid näost-näku kolmel erineval päeval ning üks intervjuu toimus telefoni teel. Intervjuude kohtumispaikeadeks oli iga kord spordiajakirjaniku poolt välja pakutud asukoht - neljal korral kohvik ning kolm intervjuud viisin läbi spordiajakirjaniku enda toimetuses. Asukoht ei mõjutanud intervjuu läbiviimist ning komplikatsioone ei tekkinud.

### **3.3. Meetodi kriitika**

Nagu varasemalt mainitud, siis on kvalitatiivse sisuanalüüsi nõrgaks küljeks valimi väiksus ning seetõttu ei saa teha suuri üldistusi antud teemal (Laherand, 2008). Oma töös tajusin samuti, et suurem valim oleks andnud täpsemad vastused ning pakkunud veelgi rohkem elulisi näiteid erinevatest kogemustest, mida oleks saanud välja tuua ning võrrelda.

Kuna induktiivse kontentanalüüsi puhul oleneb analüüs ja arusaam paljuski töö autori kogemusest ning mõistmisest, siis spordiajakirjanduse tööd ja selle protsesse analüüsides tundsin, et isiklik kogemus spordiajakirjanduses oleks andnud parema tunnetuse analüüsiks, kuna pidin küsima näiteks täpsustavaid küsimusi sporditoimetuste toimise kohta.

Samuti oli intervjuude alguses probleeme spordiajakirjanikel tagasi- ja edasiside mõiste mõistmisel ning kuigi üritasin semistruktureeritud intervjuu üles ehitada küsimustel, mis kirjeldavad tööprotsesse ning kogemusi, mõistsid spordiajakirjanikud sarnaseid küsimusi erinevalt ja ajakirjanikke pidi abistavate küsimuste suunama, et saada vastuseid ka tagasi- ja edasiside kogemuste kohta.

## 4. TULEMUSED

### 4.1. Tagasi- ja edasiside mõistmine

Intervjueeritud spordiajakirjanikud tajusid ja mõistsid tagasi- ja edasisidet väga erinevalt. Kõik spordiajakirjanikud väitsid, et nad saavad seda enda arvates erinevatest sisenditest ja allikatest, kuid nende kirjeldused tagasi- ja edasisidest olid rohkem hinnangud ning pealiskaudsed arvamused. Spordiajakirjanike arengu jaoks oleks aga vaja konstruktiivset tagasi- ja edasisidet, mida nad saaksid oma töös kasutada ja analüüsida ning teha sellest omad järeldused. Kaheksast spordiajakirjanikust seitsme intervjuudest selgus, et nende jaoks on tagasiside väljendid „hästi kirjutatud“ või „see oli jama“, mis on tegelikult hinnangud, milles puudub arengule abistav informatsioon.

Sellist, nende jaoks abistavat tagasi- ja edasisidet saadakse erinevatest allikatest nii toimetusesiseselt ja -väliselt. Kuigi suurimaks tagasi- ja edasiside andjaks pidasid spordiajakirjanikud kolleege, siis tegelikult suheldi nendega konstruktiivset tagasi- ja edasisidet saades vaid loo valmimise ajal ja enamasti ise küsides lühiküsimusi. Spordiajakirjanikud ütlesid, et annavad tihti oma suuremaid lugusid teistele lugeda ja saavad sealt tagasi- ja edasisidet, kuid reeglina on parandusettepanekuid vähe ja neid ei kasutata või ei ole võimalik kasutada tuleviku jaoks analüüsiks, et vältida kindlaid vigu ja areneda lugude kirjutamises.

Samuti esines seda *podcastide* ning videoülekannete tagasi- ja edasiside saamise kirjeldamise puhul, kus tegelikult saadakse spordiajakirjanike arvates väga vähe tagasisidet, kuid siiski võetakse arvesse pinnapealseid arvamusi ja hinnanguid, kus sportlased ise või vaatajad ja kuulajad küsivad küsimusi „mis jama te ajate?“ või „miks te rohkem nendest aladest ei räägi?“. Lisaks väitsid kaks spordiajakirjanikku, et nad tegelikult ei vaja pidevat tagasi- ja edasisidet, kuna nende arvates mõistavad nad hästi toimetuse soove ja enda tööd ning praegune tagasi- ja edasiside on nende jaoks piisav. Nende kirjeldustest selgus, et saadav tagasi- ja edasiside on pealiskaudne ja kiituse või negatiivse sõnumi tasandil.

Nooremad spordiajakirjanikud, kes on vähem ajakirjanikuna toimetuses töötanud, mõistsid tagasi- ja edasisidet laiemalt ja defineerisid tagasi- ja edasiside olemust täpsemalt. Näiteks

kirjeldati juhendamist, kuidas alustava spordiajakirjanikuna nad tundsid toimetuses töötavate kolleegide poolt toetust, et paremini spordiajakirjandusmaailma sisse elada. Tagasi- ja edasisidet võidi mõista paremini, sest nad saavad või said lähiminevikus konstruktiivset tagasi- ja edasisidet rohkem, mis aitab või aitas neil spordiajakirjanikuna areneda ja neil on sellega vahetum kogemus.

Samas ei osanud vanemad spordiajakirjanikud kirjeldada kindlaid olukordi, kus neid aidatakse või jagatakse õpetussõnu, mis aitaks neid praktikas edasi. See näitab, et tegelikult ei mõisteta konstruktiivse tagasi- ja edasiside definitsiooni ning nad ei oska seda enda jaoks mõtestada, millest neile oleks kasu ja millest mitte. Vanemad spordiajakirjanikud kirjeldasid olukordi, mis neile meenuvad, kuidas neile on arvatavasti antud tagasisidet, kuid nad ütlevad, et see ei ole olnud süstemaatiline ja arengule kasulikku tagasi- ja edasisidet on antud vähe.

## **4.2. Motivatsioon saada tagasi- ja edasisidet**

Suur erinevus tekkis tagasi- ja edasiside puhul spordiajakirjaniku enda motivatsiooni osas seda saada. Vanemad ja kogenumad spordiajakirjanikud sõnasid intervjuudes, et nad tegelikult ei otsi tagasi- ja edasisidet. Nagu eelnevalt ka mainitud, siis kaks spordiajakirjanikku saavad enda arvates oma tööga piisavalt hästi hakkama, et nad ei sooviks seda rohkem saada ja neid see nii palju ei mõjuta.

*I\_2: „Põhimõtteliselt noh, ma arvan, et see ise rohkem nagu selline küsimise teema ka, et kui me tahaks seda rohkem saada hirmsasti, siis ma nüüd küsiks seda rohkem /.../ ja ilmselt saaks ka, et ma arvan, et siin ei ole, ei ole selles suhtes probleemi, aga ma ise ei ole väga näinud, võib-olla siis ütleme, vajadust seda saada, et ei ole ise pingutanud rohkem.“*

Samas aga nooremad spordiajakirjanikud, kes on töötanud sporditoimetustes alla viie aasta, sõnasid, et nad tahaksid palju rohkem tagasi- ja edasisidet ning mitte ainult kindlate lugude näitel, vaid üleüldiselt rohkem spordiajakirjanduse ja selle kultuuri kohta, et mis on loo põhialusteks ning kuidas teha head spordiajakirjandust, et selle abil ka ise oma töid paremini analüüsida ja areneda. Lisaks toodi välja, et kolleegide käest ei julgeta minna küsima tagasi- või edasisidet, kuna nende arvates kõigil on toimetuses enda töödega kiire ning ei soovita teisi segada. Seetõttu proovitakse ise võimalikult hästi hakkama saada, kuigi tunnetatakse, et nad vajaksid mõnes kohas juhendamist. See näitab, et motivatsioon tagasi- ja edasisidet saada on

olemas, eriti noorematel spordiajakirjanikel, kuid toimetusesisesed võimalused on selleks piiratud, kuna ei soovita kiirel perioodil teiste aega raisata.

Samuti jagatakse pärast töö avaldamist vaid kiidusõnu ning kriitikat ei soovita kaaskolleegeidele otse öelda, nii välditakse probleemide ja konfliktiolukordade teket ning hiljem ei saada ise ka negatiivset tagasisidet. Siiski on spordiajakirjanikel vaja ausat tagasisidet enda arenguks ja analüüsiks ning kui selleks on negatiivne arvamus või juhendamine, siis intervjuudest ilmneb, et sellist tagasisidet ei soovita saada ja selle otsimiseks motivatsioon puudub. Toodi välja ka, et halb tagasiside võib rikkuda tuju ja ei motiveeri töötama. Nooremad spordiajakirjanikud tõid välja, et sooviksidki just sügavamat ja kriitilisemat otsest tagasisidet, kuna tuntakse, et on liiga palju vabadust kirjutamise juures ning puuduvad kindlad raamid, mille järgi oleks teatud lugusid mugavam kirjutada. Seda aga ei minda ise otsima, vaid pigem loodetakse, et see tagasi- või edasiside jõuab ise nendeni. Lisaks ei julgeta minna ja jagada kriitilist tagasi- või edasisidet otse autorile, vaid jagatakse seda teiste kaaskolleegeidega selja taga ning autor jääb ikkagi sellest ilma.

Spordiajakirjanikud otsivad aga individuaalselt toimetuseväliselt mitmetest kohtadest tagasi- ja edasisidet. Tähtsaimaks ja suurimaks tagasi- ja edasiside andjaks on kujunenud spordiajakirjanikel internet. Näiteks jälgitakse oma artiklitega seoses tekkinud diskussioone erinevates Facebooki gruppides ja foorumites. Lisaks ollakse auditooriumiga kontaktis Facebooki sõnumite või ühe spordiajakirjaniku puhul isikliku Facebookis loodud spordilehekülje kaudu, kus ta jagab oma tehtud töid ning tekitab arutelusid erinevatel sporditeemadel. Ta tõdes, et saab enda jaoks sealt olulist tagasi- ja edasisidet vihjete ja soovitusena ning see on teda oma töös edasi aidanud.

Samas on pea kõik spordiajakirjanikud loobunud lugemast kommentaare uudisportaalides ja sealne võimalik tagasi- ja edasiside ei motiveeri neid seal lugema, kuna nad tajuvad, et sealt ei tule enamasti midagi tuleviku jaoks kasulikku, mida saaks oma töös ära kasutada.

*I\_2: „Ma enamasti muidugi tean, mis sealt tuleb, oleneb pealkirjast ja loo sisust, eks. Ma tavaliselt ei viitsi seda väga vaadata, et see vahel on siuke... ei tee tuju heaks, vaid vastupidi.“*

Samuti ollakse motiveeritud saama tagasi- ja edasisidet sportlastelt, kuna nende arvamust ja reaktsioone võetakse väidetavalt enamasti rohkem omaks ning kuulda, kuna sportlastega on tihedam koostöö kui muu auditooriumiga. See aga tähendab, et võib juhtuda olukord, kus



sportlase arvamus seatakse kõrgemale auditooriumi huvist ning tekib konflikt ajakirjanduseetikaga, kus spordiajakirjanik võib seada sportlase arvamuse loost kõrgemale positsioonile kui avalikkuse huvi faktori.

I\_8: „Ma arvan, et kõige rohkem võib-olla oleks kasu, kui oleks nagu sportlaste ja asjatundjate tagasisidet mingi teema kohta, näiteks. /.../ mõne päeva jooksul siis keegi annaks tagasisidet, et kas kas see, mida ma kirjutasin, oli õige, kas ma olen asjast õigesti aru või mitte.“

Toimetusesiseselt oldi motiveeritud saama tagasisidet toimetajatelt, kolleegidelt ning teistelt toimetusega seotud inimestelt, kui see on spordiajakirjaniku arvates sisukas ja vajalik. Sisuka mõiste aga jäi spordiajakirjanike vastustes selgusetuks ning pealiskaudseks. Lisaks kirjeldati ka keelekorrektori- või toimetaja tagasiside vajalikkust. Seda sooviti saada selleks, et olla keeleliselt korrektne ning areneda, et vältida vigu. Ühes toimetuses see ka toimib, kus keelekorrektor annab individuaalset tagasisidet tööle, et milliseid keelelisi võtteid võiks spordiajakirjanik kasutada ning mida vältida.

### **4.3. Klikid**

Kõikides intervjuudes oli spordiajakirjanike jaoks läbivaks tagasi- ja edasiside vormiks uudislugude klikid ja vaatamised. Neid jälgivad kõik spordiajakirjanikud ning see mõjutab nende tööd suurel määral, kuna sporditoimetustes on surve, et lood peavad püüdma võimalikult palju tähelepanu, siis klikkide ning vaatamiste põhjal tehakse suuri järeldusi. Intervjuudest tuli välja, et toimetused väärtustavad klikke kõrgemalt kui tegelikku uudisväärtust. Klikkide jahtimine on muutnud mitme spordiajakirjaniku arvates kogu spordiajakirjandust ning seeläbi on väiksemad spordialad kadumas esilehtedelt ja üldse uudistest, kuna nende loetavus on madal. Näiteks varsemalt kajastati käsipalli võrdväärset korvpalli ja jalgpalliga, kuid lugejaskonna puuduse tõttu on käsipalliuudised vaid tulemuspõhised. Põhjuseks toodi, et madala loetavusega spordialade kajastamine on majandusliku ja tööjõu ressursi raiskamine. Seega klikkide tähtsustamine tuleb hierarhiliselt kõrgemalt positsioonilt – juhtidelt ning tundub, et need ei kuulu vaidlustamisele.

I\_8: „Klikid on tegelikult päris olulised kahjuks või õnneks. Et nii ta on, nagu nagu ütleb mu endine ülemus, siis „klikk on Jumal“. Ta ütleb seda vahepeal natuke irooniaga, aga nii tegelikult on.“

Lisaks toodi ühes toimetuses näiteks, et spordiajakirjanikud on sunnitud tegema igapäevaselt lugusid, mis ei kajasta ega analüüsi sporti, vaid kollast ajakirjandust selle ümber, et saavutada võimalikult suur klikkide hulk. Üks spordiajakirjanik tõi aga välja, et klikkide tagasiside on muutunud spordiajakirjandust kontrollivaks ja tekitanud ärilise funktsiooni, kus enam ei loe informatsiooni edastamine auditooriumile ja objektiivne kajastus, vaid klikkide arv, mille pealt saab küsida rohkem reklaamrahasid.

I\_8: „Meil on antud siuke pehme soovitus, et iga siukse veebivahetuse ajal võiks inimene teha ka siukse spordikõmu loo, teatavasti on siis keegi kellelegi paljas naine. /.../ See on puhtalt klikkide jaoks. Puhtalt.“

Spordiajakirjanikud mõistavad klikkide vajadust, kuid tunnistatakse, et klikkide pärast võitlus, mis praeguses spordiajakirjanduses toimub, ei ole samuti õige. Intervjuudest selgub ka see, et klikid on suuremaks tagasisideks peale enda veel toimetusele ning sealt saadetakse spordiajakirjanikule juhiseid teemadest, mida võiks rohkem kajastada. Klikijahi näitena toodi Ott Tänaku esiletõusu ning kuidas kõik sporditoimetused prioritseerivad ralli nädalavahetustel sellega seonduvaid uudiseid ja need jõuavad klikkide jaoks isegi pealehe esimeste uudiste hulka.

Klikkidest on kujunenud tänapäeval spordiajakirjandust juhtivaks teguriks, millest sõltub sporditoimetuste töö ja spordialade kajastus. Sellel on ka suur äriline mõju, kuna klikkide arvust sõltuvad toetajad ja reklaamrahad, et toimetused saaksid maksimeerida oma tööd. Klikid on statistiline tagasiside vorm, mis annab vaid arvulisi vastuseid, kuid paneb spordiajakirjanikku ning toimetusi analüüsima avaldatud lugude sisu, pealkirju ja mõtet.

#### **4.4.Tagasi- ja edasiside mõju töö kindlusele ja arengule**

Rääkides tagasi- ja edasiside mõjust töö kindlusele ja arengule tuli välja see, et kui olla noor ja alustav spordiajakirjanik, siis suurem tugi toimetuse poolt tagasi- ja edasisidega oleks kindlasti edasiviiv ja arendav. See oli kõigi spordiajakirjanike nägemus praegusest sporditoimetuste seisust. Pikema tööstaažiga spordireporterid vihjasid, et nende arvates on

tagasi- ja edasisidet piisavalt ja nad teavad ise, kuidas oma tööd hästi teha. Nagu varasemalt ka mainitud, siis tegelikult sooviksid nooremad spordiajakirjanikud ise veel rohkem tagasi- ja edasisidet ning nende arvates võiks see olla konstruktiivsem, kriitilisem ja anda uut informatsiooni kogu spordiajakirjanduse tööst ja kultuurist, mille abil õppida ja areneda. Sellisel juhul on arenguks vaja spordiajakirjanikule juhendajat, kes aitaks alustaval spordiajakirjanikul luua teadmiste põhi ja standardid spordiajakirjanduse tegemiseks, millest ta oleks võimeline ise edaspidi õppima.

I\_2: „Ma arvan küll mingil määral, et see võiks olla nagu automaatne tagasiside, selles suhtes, et ma ei pea seda ise küsima, et seda võiks nagu olla küll rohkem. /.../ mis täpselt oli hästi, mis võiks paremini olla, et seda, võiks nagu rohkem olla.“

Toodi välja ka seda, et ei tohi muutuda tagasiside orjaks ning enda arvamus ja nägemus loo kirjutamisest ja spordiajakirjandusest peab säilima. Kõik ajakirjanikud aga kinnitasid, et neile ei tundu, et toimetustes ja neil endil oleks probleeme töö kindlusega ja nad saavad aru, mida toimetus ootab. Üks spordiajakirjanik mainis, et juhul kui spordiajakirjanik ei tea, mis on tema töö ning mis ta tegema peab, siis see ei ole spordiajakirjaniku süü, vaid toimetuse tegemata töö.

Üks spordiajakirjanik eristas ka kirjutava spordiajakirjanduse raadioajakirjandusest. Ta lähenes sellele küljest, et spordiajakirjanduses, kus peab rääkima, nagu videoülekanded, raadio ning *podcastid*, on muutused olnud nii kiired ja sellega ei ole suudetud kaasa minna. Seda seetõttu, et inimesi, kes suudaks juhendada, on vähe ja tänapäeva spordiajakirjanduses ei ole selleks aega. Ta mainis, et juhendamine ei ole tihti mitte vaid puudulik, vaid see puudub täielikult. Selle on põhjustanud videoülekannete mitmekordne tõus viimastel aastatel ning selleks pädevaid spordiajakirjanikke napib, mistõttu saavad eetrisse inimesed, kellel puudub varasem kogemus ning kellele ei ole antud juhiseid, kuidas tegelikult ülekande kommenteerimine võib välja näha. Lisaks toodi probleemina välja, et peale juhendajate ei ole üleüldiselt spordiajakirjanduses piisavalt inimressurssi ning kapitali, et paremini töökoormust jagada ning üksteist aidata ja arendada. Selle on põhjustanud erinevate meediumite, nagu veebiülekanded, otseblogid ja *podcastide* kasv, mistõttu tööülesandeid on rohkem, kuid töötajate arv on toimetuses jäänud samaks. Enam ei saa spordiajakirjanikud minna oma lugudega nii süvitsi, kui soovitakse, vaid tähtis on, et kõik kohustused saaksid tähtaegadeks täidetud.

I\_4: "Mul hea kolleeg X armastab öelda "Elementaarsete käsitööoskuste kohver või stardipakett on absoluutselt kaduma läinud ja seda enam ei ole" ja seetõttu on asi täiesti käest. Kirjutavas uudiste osas, noh, seal väga uudiste treimine, see teab mis keeruline ei ole, küll aga pikemate, sügavamate lugude osas on ka näha selgelt, et noorematel ajakirjanikel pole praktikat, pole aega süveneda ja pole ka oskusi neid lugusid teha. Arvamusžanr on jätkuvalt paljude jaoks pelutav, kardetakse seda."

I\_4: „(Spordikommentaatorite) Keskmine tase on tohutult langenud... Tipud on endiselt head - Tiisler, Kruus, ei mingit kobisemist, aga see keskmine tase on tohutult langenud./.../ Ei, neid ei juhendata, neil ei olegi väljaõpet, tagasiside on minimaalne või banaalne."

Arvamus, kuidas spordiajakirjanike arenguga seotud probleeme lahendada oli mitu. Üks arvamus oli suurem konstruktiivse ja sisuka tagasi- ning edasiside andmise ja saamise hulk näiteks juhendajalt või kolleegist spordiajakirjanikult, mida spordiajakirjanik ise saaks analüüsida ning sellest omad järeldused teha. See aitaks eriti nooremaid spordiajakirjanikke, kellel puuduvad kogemused, kuid kes on motiveeritud seda saama, et end arendada.

Teiseks toodi välja, et kui oleks toimetuses tööl rohkem inimesi, siis saaksid kogenumad spordiajakirjanikud vajadusel teisi rohkem nõustada ja aidata, kui teised seda soovivad. Lisaks oleks suurem tööjõud abiks erinevate tööülesannete jaotamisel, mis annaks võimaluse spordiajakirjanikel rohkem süveneda kindlatesse spordialadesse ja teemadesse ning areneda just kindlas suunas, mitte teha spordiajakirjandust paljudes erinevates meediumites ja spordialadest, millest on teadmised pinnapealsed.

#### **4.5. D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudeli toimimine**

Kolbi kogemusliku õppimise mudelis on neli osa: kogemus ise, selle reflekteerimine ja tagasiside, analüüs ja mõtestamine ning lõpuks selle rakendamine uue tegevuse jaoks. Spordiajakirjanike käest uurides, kui palju nad kuulavad tagasisidet või analüüsivad oma varasemaid töid, tuli palju vastuseid erinevatest vaatenurkadest. Mõned ajakirjanikud tõdesid, et sattudes varasemate tööde peale, jääb neil silma mõni mõte, sõna või fraas, mis võetakse uuesti kasutusele tulevikus uut lugu kirjutades. Samas ei analüüsi nad oma vanu töid süstemaatiliselt, vaid satuvad lihtsalt nende peale aeg-ajalt. Üks spordiajakirjanik tõi ka välja, et analüüsitakse teiste väljaannete töid, et sealt saada inspiratsiooni ja uusi võtteid.

Spordiajakirjanikud tajuvad tagasi- ja edasiside olemasolu, kuid ei pruugi seda Kolbi mudeli järgi enda jaoks ära kasutada. Lisaks on tagasi- või edasiside käesoleva töö näitel tegelikult juhendamise asemel pinnapealne ja koosneb hinnangutest või arvamustest ning see takistab Kolbi mudeli järgi maksimaalset arengut ja õppimist.

### **Esimene faas – kogemus**

Eesti spordiajakirjanike puhul on Kolbi esimene mudeli osa ehk kogemus ise enamasti uudisloo kirjutamine ja sellega seonduv töö, kaamera ees intervjuude tegemine, spordiülekannete kommenteerimine ning *podcastide* tegemine. Kõik spordiajakirjanikud on Kolbi mudeli näitel sellega seotud ning kogemus toimub igal juhul, olenemata, kas spordiajakirjanik kirjutab lugusid veebi, paberlehte, intervjuuerib või teeb videoülekannet.

### **Teine faas – refleksioon ja tagasiside**

Teises osas toimuv kogemuse reflekteerimine ja tagasiside vastuvõtt on kõigil juba erinev, kuna spordiajakirjanikud mõtestavad enda jaoks lugude kirjutamist ja ülekannete tegemist ning pärastist tagasi- ja edasisidet erinevalt. Kõik spordiajakirjanikud puutuvad sellega kokku, kuid teine mudeli osa ei toimi alati. See tähendab, et kui lugu saab valmis või ülekanne on lõppenud, siis ei saada, ei soovita või ei otsita sellele tagasi- ja edasisidet ning selliste kogemuste puhul ei toimi Kolbi mudel. Sellisel juhul on neljast osast koosneva mudeli üks faas puudulik, ent mudeli toimimiseks peab täitma kõik neli osa. Kuna teine osa koosneb ka refleksioonist, siis põhjus, miks see ei toimu, on spordiajakirjanike näitel sarnane tagasi- ja edasisidega, et enamasti ei ole aega või ei soovita oma lugusid tagantjärele analüüsida. Siiski toodi näiteid, kuidas refleksioon ja tagasi- ning edasiside võib ajakirjanikule tulla suuremate lugude puhul, mis on nõudnud ajakirjanikult suuremat vaeva.

Teise faasi toimimist kirjeldas üks spordiajakirjanik näitega, et kui ta kirjutab suurema ja põhjalikuma loo ajalehte, siis ta loeb seda järgmisel päeval uuesti lehest üle, et äkki ta mõistab lugu nüüd teisiti, mis seal loos on tema jaoks nüüd huvitavat ning mida ei oleks pidanud sinna kirjutama. Selline refleksioon, milles ajakirjanik analüüsib süstemaatiliselt oma lugusid, on

vajalik Kolbi mudeli toimimiseks. Näite põhjal toimub teine faas, kuid mitte täielikult, kuna sinna saaks veel lisada analüüsi kirjutamisprotsessi ajal, mitte ainult pärast lõpp-produkti analüüsimist. Siiski on see üks väheseid näiteid mudeli teise faasi toimimisest ning tegelikult paljud intervjuueeritud spordiajakirjanikud teadlikult ei reflekteeri ning ei otsi tagasisidet oma tehtud tööle, et sellest lisaks veel midagi juurde õppida.

Videoülekannete ning raadiosaadete puhul toodi samuti üksikuid episooide enda tööde kuulamisest või vaatamisest, aga samuti sellega ei tegeleta iga kord. Kokkuvõttes läbivad Kolbi mudeli teise faasi vaid vähesed spordiajakirjanikud ja seda ka vähestel juhtudel. Enamasti on selleks suuremad lood, saated või otseülekanded, millel on palju nüansse ja millest on võimalik paremini refleksiooni või tagasiside juures kinni haarata. Järgnevas tsitaadis kirjeldatakse ebamääraselt, kuidas aeg-ajalt reflekteeritakse oma tehtud tööd.

I\_1: „Noh, võib olla küll niimoodi, et kui ma lähen koju ja vaatan järelvaatamisest mingisugust intervjuu osa ja siis sealt küll lihtsalt õpid jah mingeid võtteid, et mida peaks tegema rohkem või mida ma peaksin vähem tegema ja kuhu ma peaks vaatama või kuidas peaks olema.“

Kuna teist faasi läbivad vähesed kogemused, siis see näitab, kuidas Kolbi kogemusliku õppimise mudel jääb paljudel juhtudel poolikuks juba esimeses pooles ehk informatsiooni kogumise osas.

### **Kolmas faas – analüüs ja mõtestamine**

Kolmas mudeli osa on eelneva refleksiooni ja tagasi- ning edasiside analüüsimine ja mõtestamine. Spordiajakirjanikega intervjuudest tuli välja, et neil vähestel juhtudel, kui eelnev osa ehk refleksioon ja tagasi- ning edasiside on olemas, siis enamasti toimub ka kolmas osa ehk analüüs ja mõtestamine. Siiski ei pruugi juhtuda seda alati, kui ajakirjanik ise ei ole motiveeritud temani jõudnud informatsiooni analüüsima või tal ei ole selleks aega. Sellega kulutatakse võimalus kogemuslikult õppida ning areneda iga loo puhul, kus on refleksioon ning tagasi- või edasiside olemas.

Kuna Kolbi kogemusliku õppimise mudeli neli osa on väga laiapõhjalised ja universaalsed, siis analüüs ja mõtestamine toimub ka spordiajakirjanikel erinevalt ning alati ei toimu see kindlate kogemuste või põhimõtete järgi. Paljuski analüüsitakse oma kogemust endale

teadmata ehk ei tehta seda tahtlikult. Näiteks mõisteti intervjuudes selle kohta küsides, et oma varasemaid lugusid lugedes on kaasa võetud vanu fraase ning vaatenurki, mis on lihtsustanud jällegi uute lugude kirjutamist. Sellised näited tulid aga meelde vaid intervjuu ajal ning tegelikult nad ei mõtle sellele teadlikult loo kirjutamise ajal, kui tegelikult mudeli toimimise jaoks peaks see toimuma. Samas oli ka teadlikku analüüsi ja mõtestamist ning seda nii lugude kirjutamise puhul kui ka video- või heliülekannete põhjal. Analüüsiti näiteks kehahoiakut kaamera ees, küsimuste stiili videointervjuus, provotseerivama pealkirjastamise tagajärgi ning varasemalt mainitud loo või video vaatamisi ehk klikke. Suurimaks probleemiks, miks analüüsi ei tehta, tõi üks spordiajakirjanik välja aja puudumise, sest töö ajal ei ole võimalust vanu töid vaadata, kuna töötempo on kiire ning uued lood vajavad tegemist. Lisaks ka tõsiasi, et reflekteerimist ei peeta alati tegutsemiseks, millel on käegakatsutav või toetav tulemus ja see jäetakse unarusse.

*I\_2: „Võib-olla tuleks kasuks isegi, et tegelikult oleks nagu kihvt vaadata vahepeal, mis ma olen teinud, aga ei olegi sellist aega nagu vahepeal. Kui tööpäev on, siis sa pead nagu midagi tegema. Et see ei ole nagu siuke konkreetset tulemust toov töö, millega aega sisustada.“*

## **Neljas faas – uue teadmise rakendamine**

Kolbi kogemusliku õppimise mudeli viimane ehk neljas osa on uue teadmise katsetamine ja rakendamine. Kui varasemalt toimus Eesti spordiajakirjanike näitel enamasti teine ja kolmas osa ühisena, siis tegeliku uue teadmise rakendamiseni pärast analüüsi kõik kogemused ei jõua. Spordiajakirjanikud ütlesid, et nad analüüsivad saadud tagasi- ja edasisidet või refleksiooni enda tööst, kuid alati ei ole sellest kasu ning nad ei saa sealt midagi kaasa võtta, mis omakorda läheb kokku varasema tulemusega, et saadud tagasiside ei hõlma endas piisavalt informatsiooni ja kirjeldust.

Samuti ei toonud paljud spordiajakirjanikud näiteid, kus nad oleksid teadlikult varasematest kogemustest õppinud. Siiski üksikud toodud näited viitasid sellele, et tegelikult kogemusliku õppimise mudel spordiajakirjanduses aeg-ajalt toimib, kuid seda vaid suuremate lugude puhul ning selleks peab olema läbitud teine ja kolmas faas, mida tihti ei juhtu. Spordiajakirjanikele jäävad enim meelde üksikud arutelud või vead, mis on viidanud kogemusest õppimisele, kuid

lihtsamaid näiteid ei osata tuua, kuna mudeli kohaselt ei täideta kõiki osasid süstemaatiliselt ning spordiajakirjanikud ei ole teadlikud selle mudeli võimalustest.

I\_5: „Tegin Tarmo Rüütliga intervjuu ja siis ma hiljem vaatasin intervjuud ka. Seal oli siis kümme küsimust ja kümnest küsimusest kaheksa-üheksa algasid sõnaga “kas”. Niisugust asja ei ole kunagi hiljem juhtunud. Tol hetkel ma nagu ei pannudki tähele, aga kuidagi lugu juba aasta hiljem veel sattus mulle ette, täpselt mäleta, mis kontekstis ja kust ta tuli, aga siis ma vaatasin seda, et nii ei saa, et keegi oleks võinud öelda, et , X, ole hea poiss, ära rohkem nii tee.“

Kolbi mudeli toimimise jaoks on vaja läbida kõik neli osa, olenemata millisest osast mudelisse siseneda. Intervjuudest selgus, et spordiajakirjanike puhul mudel alati ei toimi ning see on nende jaoks aeganõudev protsess, mida teadlikult tihti ei läbita. Samas toimis see ühe spordiajakirjaniku näitel, kes analüüsib teadlikult oma eelnevaid lugusid ning leiab uusi nüansse, kuidas järgmisel korral midagi muuta.

Teised spordiajakirjanikud tegid oma lugude või ülekannete analüüsi kas ise sellele teadlikult tähelepanu pööramata või lihtsalt sattudes oma varasemate tööde juurde, kuid mille esmaseks eesmärgiks oli sealt loost kindla informatsiooni kogumine, mitte selle analüüsimine. Seetõttu ütlen, et D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudel toimib Eesti spordiajakirjanike näitel vähesel määral, sageli mitteteadliku protsessina. Kui see toimib, siis enamasti suuremate lugude ja ülekannete puhul, kus spordiajakirjanikel on rohkem motivatsiooni tehtud tööd reflekteerida ning saada tagasisidet.

Põhjuseks, miks D. A. Kolbi kogemuslik mudel ei toimi, tooksin tagasiside kvaliteedi, selle hulga ning motivatsiooni seda saada. Kuna antav või soovitatav tagasiside on paljuski pealiskaudne ja annab spordiajakirjanikule vähe informatsiooni, siis puudub ka võimalus seda analüüsida ning seetõttu jääb vähemalt üks mudeli osa juba täitmata. Lisaks on suur osa spordiajakirjaniku vastuvõtlikkusel tagasisidele, sest nagu varasemalt mainitud, et negatiivset ja kriitilist tagasisidet ei soovita jagada ega saada, kuigi see võib samuti Kolbi mudeli abil aidata spordiajakirjaniku arengule kaasa. Samuti ei ole selleks aega, sest prioriteediks on teha töö ajal võimalikult palju ja võimalikult häid lugusid ning töövälisel ajal tegeletakse oma varasemate töödega vähe kui üldse.



## **5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON**

### **5.1. Järeldused**

Bakalaureusetöö eesmärk oli uurida kaheksa Eesti spordiajakirjaniku kogemusi tagasi- ja edasisidega. Lisaks uurisin, kas need mõjutavad spordiajakirjaniku arengut ning töökindlust ja kas Eesti spordiajakirjanike seas toimib D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudel. Viisin läbi kaheksa individuaalset semistruktureeritud süvaintervjuud, et leida vastused oma uurimisküsimustele.

#### **1. Eesti spordiajakirjanikud määratlevad tagasi- ja edasisidena üldiselt väiteid ning hinnanguid**

Kuna varasemad teoreetilised andmed Eesti spordiajakirjanike tagasi- ja edasiside määratluse kohta puuduvad, siis saab saadud tulemusi võrrelda maailma mastaabis. Singer (2011) tõi välja, et verbaalne tagasi- ja edasiside on ajakirjanikule tänapäeval veebilehtedel avaldatud artiklid, kommentaarid, e-kirjad ning sotsiaalmeediakajastus. See ühtib minu tulemustega, kus spordiajakirjanike intervjuudest kõlasid korduvalt läbi just need võimalused tagasi- ja edasisideks. Samuti määratletakse tagasi- ja edasisideks toimetuses töötavate ajakirjanike ja juhtide nõuandeid ja abi. Seda kinnitab ka Olgo (2017) bakalaureusetöö, kus vanemad või kõrgemal asuvad ametikaaslased jagavad oma teadmisi teistega. Lisaks määratleti suureks tagasi- ja edasiside andjaks mitte-verbaalseid veebivõimalusi, milleks oli enamasti klikkide arv. Samuti oli auditooriumi kõrval spordiajakirjanike arvates tagasi- ja edasisideks ka sportlaste arvamus ja tegutsemine pärast artikli avaldamist. Näiteks artikli jagamist sportlase poolt peeti heaks märgiks ning üritati sellega ka tulevikus arvestada. Tagasi- ja edasisideks ei määratletud tegelikult kriitilist eneseanalüüsi, mis on tegelikult Hattie & Timperley (2007) sõnul üks võimalus iseendale tagasisidet pakkuda.

Eesti spordiajakirjanikud kirjeldasid saadud tagasi- ja edasisidet väga erinevalt. Tagasiside on informatsioon ajakirjaniku tegutsemisele, tööle või olekule välise mõjutaja poolt (Hattie & Timperley, 2007). Samuti lisavad Hattie & Timperley (2007), et tagasiside peab olema

informatsioon, mis aitab eesmärgini jõuda. Eesti spordiajakirjanike jaoks oli aga tagasi- ja edasiside juba kellegi hinnang või arvamus. Intervjuudest ilmnes, et ka fraasid „väga hästi“ või „tubli töö“ oli neile juba tagasi- ja edasiside, kuigi taolised hinnangud ei juhenda ega arenda neid tuleviku vaadates ajakirjanduslikult edasi. Siiski on tagasiside eesmärk suurendada töö efektiivsust, mõista paremini tehtavat tööd ning aidata seada ja täita eesmärke (Hattie & Timperley, 2007). Sellist tagasi- ja edasisidet, mis aitaks kaasa ajakirjaniku arengule, kirjeldati intervjuudes väga vähe. Enamasti oli selleks kaaskolleege abil tehtud töö pikem läbivaatus, mis andis juhiseid, kuidas tööd paremaks vormida. Spordiajakirjanike intervjuudest selgus, et nad võtavad suures osas vastu kõik infokillud, mis nendeni jõuavad või mida nad näevad avaldatud töö või artikli kohta. Enamasti oli selleks aga lühihinnang tööle või kellegi märkus mõnele tekkinud veale. Konstruktivistset tagasi- või edasisidet mainiti väga vähe ning spordiajakirjanike kirjeldused sisukast tagasi- või edasisidest olid puudulikud või olematud.

## **2. Eesti spordiajakirjanikud ei teadvusta tavapäraselt edasi- ja tagasiside puudumise või olemasolu mõju oma tööle**

Tagasiside, mida toimetustes saadakse, on suunatud tehtud tööle ning see võib olla nii positiivne kui ka negatiivne, kuid enamasti ei ole see konstruktivne, kui toetuda Hattie & Timperley (2007) definitsioonile ja selle selgitusele. Ajakirjanikud ütlesid, et konstruktivne juhendamine või tagasiside jõuab nendeni harva ning kui see tuleb, siis enamasti tuleb see kaaskolleegetelt. Lisaks ei osatud tuua konkreetseid näiteid konstruktivistset tagasisidest toimetusesiseselt, mis neid oleks suuresti edasi arendanud. Seetõttu ütlesin, et spordiajakirjanikud ei pane tihti tähele tagasi- või edasiside puudumise mõju nende enda tööle, kuna näidete toomine oli keeruline ning need meenusid vaid lisaküsimusi küsides.

Olgo (2017) kirjeldab oma bakalaureusetöös, kuidas enamasti saavad Eesti spordiajakirjanikud tagasisidet toimetuse hierarhias kõrgemal kohal asuvatelt töötajatelt, nagu sporditoimetuse juht ja vanemad kolleegid. Lisaks jagatakse tagasisidet ka koosolekutel ning omavahelistes vestlustes (Olgo, 2017). Intervjuude tulemustest ilmnes, et suurimaks toimetusesiseseks tagasiside andjaks on kõik kolleegid, kellelt küsitakse enamasti loo või tööülesande käigus nõu. Koosolekud on väike osa tagasi- ja edasisidest ning sealseid vestlusi ja tööde analüüse kirjeldati pinnapealselt. Toimetuses on suur roll statistilisel tagasisidel, mis

mõjutab enim spordiajakirjaniku tööd ning mida tõstetakse esile nii koosolekutel kui ka omavahelistes vestlustes. Üheks näitajaks on klikkide arv, millest lähtudes pealkirjastatakse uusi artikleid ning selekteeritakse lugusid näiteks spordialade kaupa, et millest üldse kirjutada. Toimetusesiseselt toodi esile ka keelekorrektor või -toimetaja, kes annavad omalt poolt vähemalt ühes toimetuses konstruktiivset tagasisidet.

Tagasi- ja edasiside olemasolu või puudumise osas tekkis intervjuueeritud spordiajakirjanike seas lahkhelisid. Nooremad spordiajakirjanikud, kes on vähem toimetustes töötanud, andsid mõista, et rohkem kriitilisemat ja konstruktiivsemat tagasisidet aitaks nende arengule ja töö mõistmisele rohkem kaasa ning parandaks nende töökvaliteeti. Vanemad spordiajakirjanikud aga tajusid, et nad saavad toimetusest tagasi- ja edasisidet, kuid nad ei vaja seda enda arenguks veelgi rohkem, kuna nad teavad, mida toimetuse neilt ootab. Enim mõjutab spordiajakirjanikku klikkide statistika, mis suunab kirjutama rohkem klikitavamatel teemadel ning pealkirjastama neid konfliktsemalt, et püüda rohkem auditooriumi tähelepanu. Tagasiside olemasolu kolleegidelt ning sportlastelt hinnati samuti kõrgelt, kui sellest on edasises töös kasu.

Ivask (2018) toob välja, et tagasiside nõuab mõlema osapoolle ajalist ressurssi. Just ajalist ressurssi toodi üheks piiranguks, miks ei soovita tagasi- või edasisidet küsida või miks seda ei anta, kuna kõigil ajakirjanikel on enda tööga kiire ning toimetuse kõrge töötempo juures ei ole aega nooremaid kolleege juhendada või vastupidiselt ei soovita vanemaid kolleege töö ajal tülitada.

### **3. Toimetusesiseselt saadakse enim tagasi- ja edasisidet kolleegidelt**

Kõigis toimetustes ilmnis tagasi- ja edasisidevormina kaaskolleegide nõu ja juhendamine. Enamasti on selleks kaaskolleegiks, kellelt saadakse konkreetsemat ning konstruktiivsemat tagasisidet vanem kolleeg, kellel on tööstaaži rohkem või siis kolleeg, kes tegeleb kirjutatud spordialaga lähemalt. Tagasisidet saadakse vaid sellisel juhul, kui minnakse ise nõu küsima või lastakse suurem lugu kaaslasel üle lugeda ning näpunäiteid anda. Automaatset tagasiside andmist ajakirjanikud ei kirjeldanud, kuigi mõned seda sooviksid. Kolleegide tagasisidele järgnes enamasti sporditoimetuse juhi näpunäited, mis ei olnud enam nii konstruktiivne informatsioon tehtud või tegemata tööle, kuna andis rohkem hinnanguid tehtud tööle ning

arvamust jagati minimaalselt ja vastavalt vajadusele. Toimetuse juhtidega suheldi ootamatult kõige rohkem interneti teel ning näost näkku kohtumisi oli vähe. Koosolekutel tagasi- ja edasiside saamist ilmnas vähe, mille põhjuseks toodi see, et pigem pannakse uue nädala plaani paika, selle asemel, et vaadata mis toimis ning mis sellest õppida. Lisaks toodi ühes toimetuses välja preemiate jagamine, mida võeti kui tagasisidet heale tööle, kuid tegelikult ei teatud, kuidas või kes seda otsustas ning miks selline preemia anti. Suur osa ajakirjanikke tõi välja kaks suhtlusviisi, kuidas nõu, informatsiooni või arvamusi toimetusesiseselt jagati. Selleks oli näost näkku kohtumine ning Facebooki sõnumid või Skype. Lisaks saadi ühes toimetuses tagasisidet ajakirjaniku arvates ka keelekorrektorilt- või toimetajalt.

#### **4. Eesti spordiajakirjanikud tajuvad, et nende tööd mõjutavad enim klikid**

Eesti spordiajakirjanikud võtavad toimetusevälist edasi- ja tagasisidet tõsiselt ning saavad seda erinevatel viisidel. Enamus tagasi- ja edasisidest väljastpoolt sporditoimetust tuleb nende jaoks internetist. Seda kinnitab ka Higgins Joyce & Weiss (2009) uuring, kus selgus, kuidas ajakirjanikud üle maailma on hakanud kasutama internetist leitavat statistikat ja arvamusi ära kasutama enesearenguks ning analüüsiks, et kirjutada loetavamaid lugusid.

Enim saadakse toimetuseväliselt tagasi- ja edasisidet klikkide arvust ehk auditooriumi huvist. Kuigi spordiajakirjanikud tunnistasid, et klikkide arv sõltub enamasti vaid pealkirjast, siis kõige rohkem annabki statistika tagasi- ja edasisidet, et kuidas pealkirjastada järgmisi artikleid, kuid sisulise poole pealt ei arenda ega õpeta see statistika ajakirjanikke kuidagi. Klikkide jälgimine ja nendega arvestamine on saanud iga sporditoimetuse juurde kuuluvaks osaks.

Spordiajakirjanikud olid üksmeelel, et tagasi- või edasisidet ei ole vajalik otsida ilmunud artikli juures olevast kommentaariumist, sest sealne informatsioon ei ole nende jaoks peaaegu kunagi edasiviiv ja informatiivne ning pigem rikub tuju. Ajakirjanikud viitasid ka kommentaariumite väljasuremisele ning et suurem arutelu tekib Facebooki kommentaariumites. Lisaks saadakse tagasi- ja edasisidet meilide ja telefoni teel. Samuti pidasid ajakirjanikud oluliseks toimetuseväliseks tagasi- ja edasiside andjaks sportlasi, kellele antakse lugusid enne avaldamist üle lugeda või kellega kohtutakse tihedamini ning vesteldakse eelmisest loost või kirjutisest.

## 5.2. Diskussioon

Töös läbi viidud intervjuudest selgub, et tegelikult on Eesti spordiajakirjanduses tagasi- ja edasiside saamine ning andmine puudulik. Seda, et ajakirjanike seas on tagasi- ja edasiside alakasutatud ressurss, kinnitab ka Ivask (2018) Lauk jt (2014) kaudu. Intervjuudest tuleb välja, et tegelikult ei ole spordiajakirjanikud enda jaoks läbi mõelnud, mis oleks nende jaoks arendav tagasi- ja edasiside, millest oleks neile kasu ja mis aitaks neid ka edaspidi. Siiski on tagasi- ja edasiside saamine oluline ajakirjanikule töö mõistmise ning enesearengu jaoks. Kui tagasi- ja edasiside puuduks, peaksid spordiajakirjanikud lootma enesearengul vaid enesekriitilisele analüüsile ning kui selline eneserefleksiooni oskus puudub, ei oleks võimalik spordiajakirjanikuna areneda. Eneserefleksioon oleks kasulik näiteks D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudeli näitel, kus refleksioon ja analüüs aitaksid lihtsustada ajakirjaniku töös tekkivaid raskusi ja soodustaks arengut. Tagasi- ja edasiside aitab efektiivsemalt teha tööd ning arendab erialaseid oskusi, et spordiajakirjanik oskaks seada endale ise eesmärged ning teaks, kuidas nendeni jõuda (Hattie & Timperley, 2007). Seetõttu ei pea tagasi- ja edasiside olema tingimata pidev ja ütlema ajakirjanikule kõike ette, kuid peaks õpetama ja juhendama spordiajakirjanikku, kuidas saavutada võimalikult hea tulemus ja seada oma eesmärk. Tagasi- ja edasiside peaksid olema toimetusesiseselt justkui tugisüsteem spordiajakirjanikule. See tähendab, et igal ajakirjanikul võiks näiteks olla kindel juhendaja või abiline, kellega tehtavat tööd arutada ning analüüsida vajadusel süvitsi. Lisaks aitaks anda rohkem tagasi- ja edasisidet, kui toimetused oleksid nõus ning suutelised palkama tööle rohkem spordiajakirjanikke, et igal spordiajakirjanikul oleks keskenduda oma kajastatavale spordialale ning kasutatavatele meediumitele. See annaks võimaluse ka juhendajatele leida aega teistele tagasi- ja edasiside jagamiseks. Sisukas ja analüüsiv tagasi- ja edasiside oleks Eesti spordiajakirjandusele väga oluline, et spordiajakirjanikud oskaksid oma tööd hästi teha, olenemata olukorrast. Lisaks võib see ära hoida ajakirjanike läbipõlemise ja stressi, mis tuli välja ka Laura Kalami bakalaureusetöös (2015), kui on olemas vajalikud oskused ja teadmised, kuidas efektiivselt oma tööd teha.

Spordiajakirjanduses toimuvate muutuste tõttu, nagu uued meediumid ja tehnilised võimalused, on tagasi- ja edasiside saamine väga oluline, et spordiajakirjanik mõistaks oma tehtavat tööd, toimetuse soove ning spordiajakirjanduse üldist eesmärki. Tänapäeval on aga

raske määratleda, kas spordiajakirjanduse eesmärk on lugeja informeerimine, kommenteerimine, harimine ja meelelahutamine, nagu kirjeldas seda Smith (1976) või on spordiajakirjandus muutumas järjest ärilisemaks valdkonnaks, kus üritatakse püüda lugeja tähelepanu ning klikke, et tulla majanduslikult toime, kuna spordis ja spordiajakirjanduses on suur tähtsus reklaamrahal ja sponsoritel (Rowe, 2017). Intervjuudest selgus, et spordiajakirjanikud ise soovivad luua võimalikult head sisu lugejale, kuid paljudes toimetustes on ajakirjanikele antud juhiseid ning teatud surve, et kõige kajastamine ei ole oluline ning keskenduma peaks nendele teemadele ja valdkondadele, mis toovad enim klikke. Siinkohal peaksid toimetused ühiselt koos spordiajakirjanikega määratlema enda jaoks eesmärgid ja visiooni, mida toimetust täidaks, kuid mis annaks võimaluse ka spordiajakirjanikel teha lugusid ning tööd, mis on nende arvates oluline ning ei keskenduks liialt majanduslikule aspektile.

Klikkidele keskendumine mõjutab ka auditooriumi infokeskkonda ning spordiuudiste ja -ülekannete tarbimist, kuna auditooriumile pakutakse üha rohkem suuremate spordialade uudiseid ja ülekandeid ning väiksemad spordialade kajastus on väiksem või juba olematu. Väiksemat kajastust tajusid ka spordiajakirjanikud ning ütlesid, et see tuleneb enamasti toimetuse soovidest ja suunamisest. Samuti mõjutab see sportlaste suhtlust meediaga, kuna väiksemate spordialade meediakajastus on tõmbunud koomale, kuid sportlastel on vaja olla pildis, et leida uusi sponsoreid ja toetajaid. Kui meediakajastus kaob, siis on ka väiksematel profispordialadel oht manduda, kuna sportlastel ei ole võimalik sellega enam tegeleda ning otsitakse muu eluala või väljund. Klikkide jälgimist ning selle tagasiside järgi oma lugude ja töö korrigeerimist tunnistasid kõik spordiajakirjanikud, kes tegutsevad kirjutavas ajakirjanduses. Mõne spordiajakirjaniku arvates on statistika jälgimine läinud aga üle piiri ning see mõjutab liialt nende spordiajakirjandusliku töö tasakaalu erinevate sündmuste ja spordialade kajastamisel. Kuna veebiajakirjandus on tõusnud toimetuste jaoks väga tähtsale kohale, siis klkkide jälgimist ja tagasisidet võidakse kasutada tulevikus veelgi rohkem, kuna seda statistikat on lihtne hankida ning veebis olevatest reklaamrahadest sõltuvad toimetuse ressursid üha rohkem.

D. A. Kolbi mudeli tutvustamine spordiajakirjanikele oleks samuti oluline, et spordiajakirjanikud mõistaksid tagasi- ja edasiside kontseptsiooni läbi lihtsa mudeli ning mõistaksid paremini, et tagasiside ja refleksiooni abiga on võimalik paljude kogemuste juures midagi juurde õppida, kui panustada oma aega analüüsiprotsessi.

Spordiajakirjanikud siiski vastasid ühiselt, et tagasi- ja edasiside on nende jaoks oluline, kuid praegusel hetkel on seda Eesti spordiajakirjanduses vähe, kuna puuduvad ressursid nagu aeg ning raha ja kiire töötempo juures ei ole võimalik enda ja teiste töid analüüsida.

## 6. KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärk oli uurida Eesti spordiajakirjanike kogemusi tagasi- ja edasisidega ning analüüsida, kuidas mõjutab selle olemasolu või puudumine töö kindlust ja arengut. Samuti kas Eesti spordiajakirjanike tööpraktikas toimib D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudel.

Selleks viisin läbi kaheksa semistruktureeritud süvaintervjuud kaheksa Eesti spordiajakirjanikuga viiest erinevast toimetusest. Intervjuusid analüüsisin induktiivse kontentanalüüsina. Vajadusel küsisin intervjuueeritavatelt lisaküsimusi. Töö valim ja transkriptsioonid on varjatud, kuna nii oli spordiajakirjanikel võimalus rääkida kriitilisemalt oma tööst ning kogemustest.

Eesti spordiajakirjanikud määratlevad tagasi- ja edasisidena ka pealiskaudseid hinnanguid ja arvamusi, mis tegelikult ei ole konstruktiivne tagasi- ja edasiside ning ei aita kaasa spordiajakirjaniku paremale mõistmisele oma töö ning arengu suhtes. See viitab üleüldisemalt probleemile, et tagasi- ja edasisidet jagatakse väga vähe ning toimetused ja ajakirjanikud ei mõista selle täielikku kasu ning potentsiaali ajakirjaniku ning toimetuse arengul. Siiski ütlesid kõik spordiajakirjanikud, et kui neil oleks võimalus rohkemaks tagasi- ja edasisideks, siis nad seda eemale ei tõuka.

Eesti spordiajakirjanike jaoks oli suurimaks toimetusesiseseks tagasi- ja edasiside andjaks teine spordiajakirjanik ehk kolleeg, kellega vahetatakse mõtteid ning arutletakse tehtavate tööde üle nii valmimise ajal kui ka pärast. Siiski peavad spordiajakirjanikud seda ise küsima ning tihti ka seda ei tehta, kuna arvatakse, et teistel on liiga kiire ning ei soovita teisi segada. Samuti öeldi, et pigem küsitakse nõu kindla spordiala valdkonnaga tegelevalt kolleegilt, kes on kauem toimetuses töötanud ning kellel on rohkem kogemusi. Vähe annavad tagasi- ja edasisidet toimetuse juhid, kuna nendega suheldakse vähe ning mõningal juhul ei ole sporditoimetuse juht ajakirjanduslikult piisavalt pädev, et anda sobivat tagasi- või edasisidet. Lisaks jagatakse vähe tagasi- ja edasisidet ühistel koosolekutel, kus analüüsi asemel vaadeldakse pigem järgmist perioodi, milleks on enamasti nädal.

Toimetuseväliselt ütlesid kõik ajakirjanikud, et tagasisidet saadakse nii auditooriumilt kui ka sportlastelt. Auditooriumi tagasi- ja edasisidet tuleb enamikel kordadel internetist. Võimalustena nimetati Facebooki-vestlusi, Facebooki-gruppide arutelusid, foorumeid ning



meili teel kirjutamist. Sportlaste tagasisidet hinnati spordiajakirjanike seas kõrgelt, kuigi see ei olnud konstruktiivne ning jagas pigem hinnanguid tehtud tööle, nagu ka internetist leitav auditooriumi tagasi- ja edasiside.

Suurimaks ajakirjandusliku töö mõjutajaks ja tagasi- ning edasiside andjaks olid klikid. Neid jälgivad kõik toimetused ja ajakirjanikud ning see on nende väitel nende üks töö osa. Klikid ei anna aga sisukat tagasi- või edasisidet artikli uudisväärtuslikkuse, sisu ja teiste faktorite kohta. Klikid on mõne ajakirjaniku arvates muutunud toimetusi kontrollivaks ärilise funktsiooni tõttu ja seetõttu kannatab spordiajakirjanduslik kvaliteet ja sellega piiratakse spordiajakirjanike võimalusi.

Nooremad spordiajakirjanikud väitsid enam, et sooviksid rohkem kriitilist tagasi- ja edasisidet ning et see võiks olla nende arvates automaatsem, mitte nad ei peaks seda ise küsima. Vanemad spordiajakirjanikud aga ei ütle, et rohkem tagasi- ja edasisidet oleks kõige tähtsam nende arengu jaoks, kuigi nad sellest ära ei ütleks.

D. A. Kolbi kogemusliku õppimise mudel toimib Eesti spordiajakirjanduses, kuid väga vähesel määral, kuna spordiajakirjanikud ei analüüsi ise oma töid ning saadav tagasi- ja edasiside on puudulik ja seda ei ole võimalik analüüsida. Põhiliseks põhjuseks oli aja puudumine, kuna tööl tehakse pigem uusi lugusid ning vanade analüüsimiseks aega ei ole. Siiski on D. A. Kolbi mudeli toimimine võimalik ning toimiks rohkem, kui spordiajakirjanikud ja toimetused mõistaksid refleksiooni, tagasi- ja edasiside ning analüüsi olulisust enesearengule, kasutades ära mudelist tulenevat informatsiooni uute kogemuste juures.

Kuna minu töö keskendus vaid spordiajakirjanikele ning sporditoimetustele, siis järgnevalt võiks uurida teiste valdkondade ajakirjanike kogemusi tagasi- ja edasisidega. Uuringu järel tekiks võrdlusmoment, kas antud töö tulemustes ilmnenu puudulik tagasi- ja edasiside ning selle mõistmine sporditoimetustes on ka teistes toimetustes probleemiks ning milliseid kogemusi on tagasi- ja edasisidega teistel ajakirjanikel Eestis.

## SUMMARY

The aim of the bachelor's thesis was to analyze Estonian sports journalists experiences with feedback and -forward and to analyze how its existence or lack of it affects the work security and journalistic development. I also analyzed if D. A. Kolb's experiential learning model works among Estonian sports journalists.

I conducted eight semistructured in-depth interviews with eight Estonian sports journalists from five different newsrooms. Interviews were analyzed by inductive content analysis. If it was necessary, I asked additional questions from the interviewees. The interviewees and transcripts are hidden because it allowed sports journalists to speak more critically about their work and experience.

Estonian sports journalists define judgments and opinions as feedback and -forward, which in fact are not constructive and do not contribute to a better understanding for the sports journalists about their work and development. This refers more generally to the lack of feedback and -forward and editorials and journalists do not understand the full benefit and potential of development through feedback- and forward. However, all sports journalists said that if they had the opportunity to get feedback- and forward they would accept it.

For the Estonian sports journalists, the biggest newsroom feedback and -forward givers were other sports journalists or colleague. However, sports journalists have to ask for it themselves and often do not do so because they think the others are too busy and they do not want to bother them. It was also said that advice was asked more from colleagues who were older and were experts of a particular sports. Hardly any feedback or -forward were given by editorial leaders because they do not communicate with journalists that much and in some cases, the head of the sports editor is not competent enough in journalism to give a proper feedback or -forward. In addition, only small amount of feedback and -forward is shared at weekly newsroom or editorial meetings.

Outside the newsroom, all journalists said that they recieved feedback from the readers and athletes. Most of the time, the feedback and -forward from the readers is in the internet. Facebook chats, Facebook group discussions, forums, and emails were mentioned as tools to give feedback and -forward over internet. Athletes' feedback was highly appreciated by sports journalists, although it was not constructive.

Page views or visits were the biggest feedback and -forward contributor to journalists. These are monitored by all newsrooms and journalists, and journalists claim that it is one part of their job to analyze views. However, views do not give meaningful feedback or -forward. Couple of journalists said that views have been controlling editorials for some time now due to commercials and money from sponsors and therefore the quality of sports journalism suffers and limits sports journalists.

Younger sports journalists want more critical feedback and -forward but older sports journalists do not say that more feedback and -forward would be most important thing for their development.

D. A. Kolb's experiential learning model works in the Estonian sports journalism, but to a very small extent, as sports journalists do not analyze their own work and the feedback which is recieved is incomplete and cannot be analyzed. The main reason was lack of time, because working time is for new articles and broadcasts and there is no time to analyze the old work. However, the functioning of D. Kolb's model is possible and it would work more if sports journalists and editorials would understand the importance of reflection, feedback, and analysis for self-development.

## Kasutatud kirjandus

- Aljas, R. (2012). *Eesti ajakirjanike hinnangud ajakirjanduse aruandekohustuse ja vastutuse suhtes*. Kasutatud 15.12.2018. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/25812>
- All, H. (2017). *Kommunikatsioonivahendite mõju erineva kogemustasemega ajakirjanike ajakasutusele*. Kasutatud 10.12.2018. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/56662>
- Andrews, P. (2013). *Sports journalism: A practical introduction*. Sage.
- Armstrong, S. J., & Fukami, C. V. (Eds.). (2009). *The SAGE handbook of management learning, education and development*. Sage.
- Barsade, S. G. (2002). The Ripple Effect: Emotional Contagion and its Influence on Group Behavior. *Administrative Science Quarterly*, 47(4), 644–675. <https://doi.org/10.2307/3094912>
- Boyle, R. (2006). *Sports journalism: Context and issues*. Pine Forge Press.
- Boyle, R. (2017). Sports journalism: changing journalism practice and digital media.
- Chadwick, B., Stewart, K., Treasure, E., & Gill, P. (2008). Methods of data collection in qualitative research: interviews and focus groups. *British dental journal*, 204(6), 291.
- Creedon, P. (2014). Women, Social Media, and Sport: Global Digital Communication Weaves a Web. *Television & New Media*, 15(8), 711–716. <https://doi.org/10.1177/1527476414530476>
- English, P. (2016). Twitter's diffusion in sports journalism: Role models, laggards and followers of the social media innovation. *New Media & Society*, 18(3), 484-501.
- Goldsmith, M. (2003). Try feedforward instead of feedback. *Journal for Quality and Participation*, 38–40. Kasutatud 20.01.2019 <https://www.hrbartender.com/images/GoldsmithFeedforward.pdf>
- Gynnild, A. (2016). Developing Journalism Skills through Informal Feedback Training. *BECOMING A JOURNALIST*, 321.
- Hattie, J., Timperley, H. (2007). The Power of Feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>

Healey, M., & Jenkins, A. (2000). Kolb's experiential learning theory and its application in geography in higher education. *Journal of geography*, 99(5), 185-195.

Ivask, S. (2018). *The role of routines, demands and Resources in work stress among Estonian journalists*. Kasutatud 12.12.2018 <https://dspace.ut.ee/handle/10062/62768>

Ivask, S. (2019). Communication between editors and reporters: Feedback and coaching in Estonian dailies' newsrooms. *International Journal of Pure Communication Inquiry*. Kasutatud 29.04.2019 [http://komejournal.com/files/KOME\\_SI\\_Estonian%20dailies'%20newsrooms.pdf](http://komejournal.com/files/KOME_SI_Estonian%20dailies'%20newsrooms.pdf)

Kalam, L. (2015). *Spordiajakirjaniku töö Eesti Päevalehe, Postimehe ja Õhtulehe sporditoimetuste näitel*. Kasutatud 12.12.2018 <https://dspace.ut.ee/handle/10062/46729>

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. Kasutatud 15.01.2019 <https://sisu.ut.ee/samm/kvalitatiivne-sisuanalyys>.

Ketterer, S., McGuire, J., Murray, R. (2014). Contrasting desired sports journalism skills in a convergent media environment. *Communication & Sport*, 2(3), 282-298.

Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT press.

Laherand, M.-L. (2008). Kvalitatiivne uurimisviis. Tallinn: M.-L. Laherand

Lee, E. J., Tandoc Jr, E. C. (2017). When news meets the audience: How audience feedback online affects news production and consumption. *Human Communication Research*, 43(4), 436-449.

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. Kasutatud 13.01.2019 <http://samm.ut.ee/intervjuu>

Niinepuu, J. (2012). *Eesti ajakirjanike autonoomiat mõjutavad tegurid*. Kasutatud 01.01.2019 <https://dspace.ut.ee/handle/10062/25786>

Nikkolo, M. (2010). *Ajakirjanike töörahulolu kujundavad tegurid*. Kasutatud 15.12.2018 <https://dspace.ut.ee/handle/10062/16275>

Nölleke, D., Grimmer C. G. & Horky T. (2017). News Sources and Follow-up Communication, *Journalism Practice*, 11:4, 509-526, DOI: 10.1080/17512786.2015.1125761

- Olgo, O. O. (2017). *Miks on Eesti ajakirjanikud vahetanud ametit?*. Kasutatud 28.12.2018. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/56800>
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Rowe, D. (2007). Sports journalism: Still the 'toy department' of the news media? *Journalism*, 8(4), 385–405. <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Rowe, D. (2016). Sports Journalism and the Fifa Scandal: Personalization, Co-Optation, and Investigation. *Communication & Sport*. doi:10.1177/2167479516642206.
- Sanderson, J., & Kassing, J. W. (2011). Tweets and blogs. *Sports media: Transformation, integration, consumption*, 114.
- Schultz B., Sheffer M. L. (2010). An exploratory study of how Twitter is affecting sports journalism. *International Journal of Sport Communication* 3, 226–239.
- Schultz, T. (1999). Interactive options in online journalism: A content analysis of 100 US newspapers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(1), JCMC513.
- Sherwood M and Nicholson M (2013) Web 2.0 platforms and the work of newspaper sport journalists. *Journalism*, 14(7), 942–959.
- Shute, V. J. (2008). Focus on Formative Feedback. *Review of Educational Research*, 78(1), 153–189. <https://doi.org/10.3102/0034654307313795>
- Singer, J. B., Domingo, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., ... & Vujnovic, M. (2011). *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. John Wiley & Sons.
- Smith, G. J. (1976). A Study of a Sports Journalist. *International Review of Sport Sociology*, 11(3), 5–26. <https://doi.org/10.1177/101269027601100301>
- Tandoc, E. C. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, 16(4), 559–575. <https://doi.org/10.1177/1461444814530541>
- Toney, J. (2013). *Sports journalism: The inside track*. A&C Black.
- Weedon, G., Wilson, B., Yoon, L., & Lawson, S. (2018). Where's all the 'good' sports journalism? Sports media research, the sociology of sport, and the question of quality sports reporting. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(6), 639–667.

Weiss, A. S., & Macedo Higgins, V. de. (2009). Compressed dimensions in digital media occupations: Journalists in transformation. *Journalism*, 10(5), 587–603.  
<https://doi.org/10.1177/1464884909106534>

# LISAD

## Lisa 1. Intervjuu kava

### INTERVJUU KAVA JA KÜSIMUSED

Tegemist on intervjuu kava ning küsimustega, mille abil sain vastused küsimustele, kui palju saavad spordiajakirjanikud edasi- ja tagasisidet ning kust. Lisaks veel kuidas nad ise oma töid analüüsivad ning kas nende arvates saavad nad piisavalt edasi- ja tagasisidet ning toimetuse toetust.

1. Palun kirjelda, kuidas ühe uudise või loo loomine alguse saab?
2. Kellega sa loo valmimise ajal kokku puutud (toimetuses?/väljaspool toimetust?)? Mille tõttu sa nende inimestega kokku puutud? (Nõu andmine, nõu küsimine, sunnitud/kohustuslik lugu).
3. Milliseid lugusid teed rohkem veebi, milliseid paberväljaandesse (juhul kui need võimalused on olemas)?
4. Kirjelda, mis pärast loo avaldamist sinu töö mõttes edasi saab?
5. Kas/kuidas Sina ise jälgid loo kulgu pärast avaldamist? (klikid, sotsiaalmeedia?)
6. Kas Sinu tehtud töödest toimetusesiseselt ka räägitakse? Kuidas?
7. Mida sooviksid oma ülemusele/kolleegeidele nende tööde kohta öelda? Oled öelnud ka? Mida? Kuivõrd te omavahel teineteise töödest räägite? Millest te sel puhul täpsemalt räägite?
8. Kas toimetuses toimub ka koosolekuid või eraldi vestlusi tehtud töödest?
9. Millised need on?
10. Kas ja kust otsid auditooriumi reaktsioone sinu tööst? (nt sotsiaalmeedia, kommentaarium)



11. Kas Sa loed ise oma varasemalt tehtud töid ning üritad neid analüüsida? Teed sa neist mingeid järeldusi või kokkuvõtteid, mida sooviksid muuta?
12. Kuidas sa saadud tagasisidet/informatsiooni/statistikat loo kohta ära kasutad tulevikuks? Pead need meeles ja eksperimenteerid uute asjadega?
13. Kas tagasiside on sinu jaoks vajalik?
14. Kas mõistad täielikult, mida toimetuse Sinult ootab?
15. Mida Sina ise arvad, kas toimetuse on Sinu töö suhtes toetav?
16. Kuidas hindaksid suhtlust/tagasisidet tehtud tööle toimetusega?
17. Kas suurem toetus/tagasiside aitaks arengule ja töö kindlusele kaasa?

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Ott Pluum, annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Eesti spordiajakirjanike kogemused tagasi- ja edasisidega“, mille juhendaja on Signe Ivask, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

1. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Ott Pluum*

**27.05.2019**